



Instituto Politécnico  
de Viana do Castelo

Maria da Conceição dos Santos Morim

# O DESIGN COMO VEICULADOR CULTURAL NO DESENVOLVIMENTO DE UM PRODUTO CALÇADO

Nome do Curso de Mestrado  
Design Integrado

Trabalho efetuado sob a orientação de  
Professora Doutora Liliana Soares

e co-orientação  
Professor Doutor Ermanno Aparo

Dezembro 2012

**Presidente:** Doutor Pedro Vasco da Silva Magalhães e Vasconcelos

**Vogal:** Doutora Helena Maria da Silva Santos Rodrigues  
Arguente

**Vogal:** Doutora Liliana Cristina Marques Soares e Aparo  
Prof. Adjunta do IPVC-ESTG  
Orientadora

**Vogal:** Doutor Ermanno Aparo  
Prof. Adjunto do IPVC-ESTG  
Co-Orientador



# RESUMO

Esta investigação nasce da necessidade de relacionar a cultura material do Minho com o calçado enquanto cultura semi-industrial enraizada na cultura portuguesa. Neste estudo pretende-se proporcionar a criação um produto mestiço entre estas duas atividades produtivas e culturais.

Hoje, o design caminha, cada vez mais, a par com o artesanato, na medida que possui desafios em comum. Através do artesanato, pretende-se conceber um novo produto que seja atual e real, utilizando para isso a reflexão projetual do design. Embora estejamos num período de crise, o comércio do luxo está em franco crescimento, demonstrando a grande capacidade para valorizar quer o trabalho feito à mão, quer a minuciosidade com que estes produtos são obtidos. Este detalhe só poderá ser alcançado através da produção artesanal, cruzando-a e enaltecendo-a, por diferenciação, com a produção industrial. A primeira parte analisa a chinela vianense como elemento representativo da cultura material do Minho. A segunda parte analisa o calçado como cultura semi-industrial portuguesa.

O capítulo de aplicação desta investigação desenvolve um projeto experimental de sistema de produto, denominado Maria's. Com este projeto pretende-se demonstrar que o design tem a competência para transmitir valores qualitativos, promovendo o cruzamento entre dois âmbitos produtivos distintos. Por meio do design espera-se concretizar uma ligação entre uma cultura produtiva artesanal da chinela vianense e a produção industrial do sector do sapato que caracteriza o norte do país.

Com esta investigação pretende-se validar o relacionamento entre o design e o artesanato como um percurso contíguo e fundamental na criação de um produto diferenciado e nas mais valias a ele associadas.

**Palavras-chave:** tradição vs moda, cultura local vs cultura material, artesanato vs indústria

Dezembro 2012



# ABSTRACT

This research stems from the need to relate the material culture of Minho with footwear while semi-industrial culture rooted in Portuguese culture. This study is intended to provide a product creation mestizo between these two cultural and productive activities.

Today, the design goes, increasingly, along with crafts, as that has common challenges. Through crafts, aims to design a new product that is current and real, using for this reflection projetual design. Although we are in a period of crisis, the luxury trade is booming, showing great ability to appreciate the work done either by hand, or the thoroughness with which these products are obtained. This detail can only be achieved through the production craft, crossing it and praising it, by differentiation, with industrial production.

The first part analyzes the Viennese slipper as representative elements of the material culture of Minho. The second part analyzes the footwear culture as semi-industrial Portuguese.

The practice part of this research project develops an experimental system product, name's Maria's. With this project we intend to demonstrate that design has the power to communicate qualitative values, promoting the relationship between two distinct areas. Through the design, it is expected to achieve a link between the productive culture of slipper Viennese artisan and the industrial production sector that characterize the north of the country.

With this research we intend to validate the relationship between design and craft as a contiguous route and fundamental in creating a differentiated product and the gains associated with it.

**Keywords:** tradition vs fashion, local culture vs material culture, artisanship vs industry

December 2013

# Índice

## 0. Introdução

0.1. Premissa	16
0.2. Relevância do estudo	18
0.3. Metodologia	19

## 1. A chinela vianense como elemento representativo da cultura material do Minho

1.1. Apresentação e descrição do tema.	22
1.2. O bordado de Viana do Castelo.	25
1.3. Estudo de caso: Samuel Carvalhosa.	28

## 2. Cultura semi-industrial portuguesa: o calçado

2.1. Breve história da indústria do calçado em Portugal.	33
2.2. O Centro Tecnológico de calçado de Portugal (CTCP)	39
2.3. Estudo de Caso: Jobel	42

## 3. Estudos de caso que cruzam o âmbito artesanal com o setor industrial

3.1. Estudo de Caso: Christian Louboutin	46
3.2. Estudo de Caso: Salvatore Ferragamo	49
3.3. Considerações para a futura aplicação projectual.	53

## 4. Aplicação: construção de um exemplar experimental do sistema de produto

4.1. Diário de um projecto.	54
4.2. Primeira Parte: contactos com possíveis colaboradores de entidades do âmbito artesanal.	56

<b>4.2.1.</b> Relacionamento com o artesão Samuel Carvalhosa em Viana do Castelo _____	<b>56</b>
<b>4.2.2.</b> Encontro com Machado Shoes em Vila do Conde _____	<b>65</b>
<b>4.2.3.</b> Encontro com o designer/artesão José Albino em Viana do Castelo _____	<b>68</b>
 <b>4.3.</b> Segunda fase: contactos com possíveis colaboradores de entidades do âmbito industrial _____	<b>69</b>
<b>4.3.1.</b> Relacionamento com a Jobel e a Sopalmilhas em Vila Nova de Gaia _____	<b>69</b>
<b>4.3.2.</b> Relacionamento com o Centro Tecnológico de Calçado de Portugal em São João da Madeira. _____	<b>78</b>
<b>4.3.3.</b> Relacionamento com a Associação Portuguesa dos Industriais de Calçado, Componentes, Artigos de Pele e seus Sucedâneos, (APICCAPS) no Porto. _____	<b>80</b>
<b>4.3.4.</b> Relacionamento com a SIACO em São João da Madeira. _____	<b>81</b>
 <b>4.4.</b> Terceira Parte: ligação com a Academia em Viana do Castelo _____	<b>82</b>
 <b>5.</b> Conclusão _____	<b>85</b>
 <b>6.</b> Referências Bibliográficas _____	<b>88</b>
 <b>7.</b> Publicações e/ou comunicações em que a investigação participou. _____	<b>90</b>
 <b>8.</b> Apêndices	

<b>8.1.</b> Entrevistarealizadaa: SAMUEL CARVALHOSA	<b>92</b>
<b>8.2.</b> . Primeiros estudos da forma	<b>100</b>
<b>8.3.</b> Estudos do Bordado	<b>106</b>
<b>8.4.</b> Estudos de cor para os modelos finais	<b>124</b>

## **9.**Anexos

<b>9.1.</b> Estudos das sola realizado pela Jobel	<b>126</b>
<b>9.2.</b> Orçamento Jobel	<b>128</b>
<b>9.3.</b> Orçamento Sopalmilhas	<b>129</b>
<b>9.4.</b> Palnificação do Cunho realizado pela Criatex	<b>130</b>
<b>9.5.</b> Orçamento Samuel Carvalhosa	<b>131</b>

# Índice de Figuras

**Figura 1:** Artesão Manuel da Cunha a executar umas chinelas. Perre. Viana do Castelo (fotografia de Gualberto Boa-Morte, 2008).\_\_\_\_\_23

**Figura 2:** Chinelas tradicionais de Viana do Castelo em diferentes variações cromáticas construídas por Samuel Carvalhosa (fotografias de Maria Morim).\_\_\_\_24

**Figura 3:** Bordado com motivo Flor de Japoneira. Fonte:Caderno de especificações do bordado de Viana do Castelo.\_\_\_\_\_25

**Figura 4:** Bordado com o motivo dos trevos. Fonte: Caderno de especificações do bordado de Viana do Castelo.\_\_\_\_\_26

**Figura 5:** Bordados com motivo de flores designadas por marias e mariões. Fonte: Caderno de especificações do bordado de Viana do Castelo. \_\_\_\_\_26

**Figura 6:** Bordado com Elementos de ligação. Fonte: Caderno de especificações do bordado de Viana do Castelo. \_\_\_\_\_27

**Figura 7:** Loja/Atelier de Samuel Carvalhosa, entrada. (fotografia de Nelson Alves)\_\_\_\_\_29

**Figura 8:** Chinela tradicional em produção. (fotografia de Maria Morim).\_\_\_\_\_30

**Figura 9:** Atelie de Samuel carvalhosa, vista interior (fotografia de Maria Morim).\_31

**Figura 10:** Da esquerda para a direita: linha de produção da Jobel. (fotografia de Maria Morim), Fortunato Frederico com sapato da marca Fly London Fonte: <http://www.dinheirovivo.pt/Economia/Artigo/CIECO024449.html>, (Aced. em 26 de Dezembro de 2012).\_\_\_\_\_34

**Figura 11:** Da esquerda para a direita: Imagens de indústrias em datas distintas: anos 70 Fonte: [http://pontosemgato.blogspot.pt/2010\\_07\\_01\\_archive.html](http://pontosemgato.blogspot.pt/2010_07_01_archive.html) (Aced.

em 26 de Dezembro de 2012) e atualmente. Fonte: <http://www.agenciafiep.com.br/noticia/kadesh-de-imbituva-e-destaque-em-producao-e-responsabilidade-social/> (Aced. em 26 de Dezembro de 2012).\_\_\_\_\_36

**Figura 12:** Da esquerda para a direita: Imagens de indústrias em datas distintas: anos 70 Fonte: [http://pontosemgato.blogspot.pt/2010\\_07\\_01\\_archive.html](http://pontosemgato.blogspot.pt/2010_07_01_archive.html) (Aced. em 26 de dezembro de 2012) e atualmente. Fonte: <http://www.agenciafiep.com.br/noticia/kadesh-de-imbituva-e-destaque-em-producao-e-responsabilidade-social/> (Aced. em 26 de dezembro de 2012).\_\_\_\_\_37

**Figura 13:** Da esquerda para a direita: Exterior e interior do Centro Tecnológico de Calçado de Portugal, São João da Madeira. (fotografias de Maria Morim).\_\_\_\_\_40

**Figura 14:** Da esquerda para a direita: alguns saltos e solas, fábrica Jobel. (fotografias de Maria Morim).\_\_\_\_\_43

**Figura 15:** ‘A cultura do Fazer’ e a ‘Cultura do Projeto’: Da esquerda para a direita: artesão Samuel Carvalhosa (fotografia de Maria Morim) e designers Challes and Ray Eames Fonte: <http://the189.com/design/eames-the-architect-and-the-painter/> (Aced. em 26 de Dezembro de 2012).\_\_\_\_\_44

**Figura 16:** Poster “O Design como veiculador de significados entre a cultura material do Minho e o calçado”. (co-autoria com Liliana Soares e Ermanno Aparo) , no âmbito do CIMODE 2012 – 1º Congresso Internacional de Moda e Design, 5 a 7 de Nov. de 2012. Guimarães. Portugal. (Fotografia de Maria Morim).\_\_\_\_\_45

**Figura 17:** Christian Louboutin com os sapatos “siamês”, criados em colaboração com David Lynch. Fonte: <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1731871,00.html#ixzz2G9asgdWh>. (Aced. em 26 de Dezembro de 2012).\_46

**Figura 18:** Sapato da colecção ‘Love Shoe’ de Christian Louboutin de 1992. (Montagem de Maria Morim) com imagens disponíveis: <http://www.mythirtyspot.com/2011/08/loving-christian-louboutin-love-shoes.html> (Aced. Em 2 de Fevereiro de 2013) <http://www.maximototuning.es/latribu/tumoto/cheap-christian-louboutin-sale-shoes-italjet-christian-louboutin-sale> (Aced. Em 2 de Fevereiro de 2013) [http://www.shoewawa.com/2009/09/the\\_christian\\_l.html](http://www.shoewawa.com/2009/09/the_christian_l.html) (Aced. Em 2 de Fevereiro de 2013) <http://servingnotice.com/sdv> (Aced. Em 2 de Fevereiro de 2013).\_\_\_\_\_47

**Figura 19:** Sapato 'Maria Antonieta' de Christian Louboutin de 2009. (Montagem de Maria Morim) com imagens disponíveis: <http://estiloglam.com/2009/03/07/louboutin-inspirado-em-maria-antonieta> (Aced. Em 2 de Fevereiro de 2013) <http://estiloglam.com/2009/03/07/louboutin-inspirado-em-maria-antonieta/> (Aced. Em 2 de Fevereiro de 2013) <http://info.shoes.hc360.com/2010/08/201124185374.shtml> (Aced. Em 2 de Fevereiro de 2013) \_\_\_\_\_ **48**

**Figura 20:** Salvatore Ferragamo. Fonte : <http://fashionidentity.blogosfere.it/2011/04/le-8-regole-doro-di-salvatore-ferragamo.html> f (Aced. Em 2 de Fevereiro de 2013) \_\_\_\_\_ **49**

**Figura 21:** Salvatore Ferragamo com a actriz Audrey Hepburn . Fonte: <http://evolutionvtg.blogspot.pt/2010/06/ferragamo-fabulous.html> (Aced. em 26 de dezembro de 2012). \_\_\_\_\_ **50**

**Figura 22:** Sapato invisível de Salvatore Ferragamo, 1947 (Montagem fotográfica de Maria Morim) Fonte: <http://www.oavessodamoda.com/2012/06/sapatos-invisiveis-fashion-rio.html> (Aced. em 26 de Dezembro de 2012). <http://it.paperblog.com/weekend-perfetto-chie-mihara-ferragamo-e-marilyn-e-si-anche-anna-dello-russo-1418915/> (Aced. Em 2 de Fevereiro de 2013) \_\_\_\_\_ **51**

**Figura 23:** Sandália 'Sophia' de Salvatore Ferragamo. (1955-1956). Fonte: <http://www.zootmagazine.com/2010/11/04/ferragamos-creations-reissued/> (Aced. a 4 de Dezembro de 2012). \_\_\_\_\_ **51**

**Figura 24:** Interior de loja/ Ateliê exposição temporaria (fotografia de Maria Morim). \_\_\_\_\_ **57**

**Figura 25:** Maria Morim e Samuel Carvalhosa: colagem das compensações (montagem fotográfica de Maria Morim e fotografia Nelson Alves). \_\_\_\_\_ **58**

**Figura 26:** Da esquerda para a direita: Samuel e Fátima Carvalhosa realizando as viras. Samuel a desbastar a pele no corte (fotografias de Maria Morim) \_\_\_\_\_ **59**

**Figura 27:** Corte frontal do sapato planificado e devidamente bordado (fotografias e montagem de Maria Morim) \_\_\_\_\_ **60**

**Figura 28:** Montagem dos Sapatos: Maria's.(fotografia e montagem de Maria Moim).\_\_\_\_\_61

**Figura 29:** Colagem dos sapatos: Maria's (fotografia e montagem de Maria Morim).\_\_\_\_\_62

**Figura 30:** Primeiro modelo Maria's finalizado (fotografia e montagem de Maria Morim).\_\_\_\_\_63

**Figura 31:** José Machado na revista 'Negócios e Franchising'. Fonte: <http://ecosdooficio.blogspot.pt/p/imprensa.html> (Aced: 28 de dezembro de 2012).\_\_\_\_\_66

**Figura 32:** Primeira abordagem à forma por parte do artesão José Machado: estudos tridimensionais da forma.(fotografia e montagem de Maria Morim).\_\_\_\_\_67

**Figura 33:** Senhor Luís Fonseca, demonstrando as suas formas (fotografia e montagem de Maria Morim).\_\_\_\_\_70

**Figura 34:** Senhor Belmiro a finalizar as solas. (fotografia e montagem de Maria Moim).\_\_\_\_\_71

**Figura 35:** Maria's em formas em produção: formas SIACO e palmilhas (fotografia e montagem de Maria Morim).\_\_\_\_\_72

**Figura 36:** Modelação dos saltos no gabinete do senhor Luís Fonseca (fotografia e montagem de Maria Morim).\_\_\_\_\_75

**Figura 37:** Modelação dos saltos, primeiro teste em madeira(fotografia e montagem de Maria Morim).\_\_\_\_\_75

**Figura 38:** Modelação da sola e respetivo corte no balancé. (fotografia e montagem de Maria Morim).\_\_\_\_\_76

**Figura 39:** Vectorização do desenho das solas pretendido e gravação das solas a laser (fotografia e montagem de Maria Morim).\_\_\_\_\_77



**Figura 40:** Corte das capas realizado pelo senhor Odílio e limpeza final das solas pela Enfenheira Dulce Cardoso. (fotografia e montagem de Maria Morim).\_\_\_\_\_77

**Figura 41:** Exposição temporária no Centro Tecnológico de Calçado de Portugal. (fotografia Maria Morim).\_\_\_\_\_79

**Figura 42:** Participação no primeiro congresso internacional de moda e design-CIMODE em Guimarães (fotografia de Joel Abreu).\_\_\_\_\_84

## Índice de Gráficos

**Gráfico 1:** Comércio externo da indústria portuguesa de calçado (1991-2010).  
Fonte: Calçado, componentes e artigos de pele MONOGRAFIA ESTATÍSTICA 2011 pp32. \_\_\_\_\_ 33

**Gráfico 2:** Percentagem dos trabalhadores na indústria por concelho (2009).  
Fonte: Calçado, componentes e artigos de pele MONOGRAFIA ESTATÍSTICA 2011 pp56. \_\_\_\_\_ 35

**Gráfico 3:** Principais Pontos de deslocação realizada ao longo da investigação (mapa elaborado por Maria Morim) \_\_\_\_\_ 55

# Agradecimentos

Este espaço é dedicado a todos aqueles que de uma forma ou de outra contribuíram para a concretização desta tese e para a elaboração do modelo.

Início os agradecimentos à Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico de Viana do Castelo e ao coordenador de mestrado, Professor Doutor Pedro Vasconcelos, cordenador do mestrado

Seguidamente, as instituições/ associações do sector do calçado que colaboraram neste estudo. O Centro Tecnológico do Calçado de Portugal, (CTCP), mais concretamente a senhora Cristina Marques que se disponibilizou a contar um pouco da história do centro e as suas missões no mercado, disponibilizando informação acerca de algumas empresas que poderiam tornar-se parceiros futuros.

À Associação Portuguesa dos Industriais de Calçado, Componentes, Artigos de Pele e seus Sucedâneos (APICCAPS), em específico, ao Doutor Carlos Silva, responsável pelo departamento de estudos, que se disponibilizou de imediato a fornecer todos os estudos relevantes para a tese. Agradecer a oferta do livro da História do Calçado, um livro que se tornou crucial para o contexto histórico do tema. E agradecer a amabilidade pelo convite que me forneceu, proporcionando a minha presença no Portugal Fashion, através do Doutor Paulo Gonçalves, responsável pelo departamento de comunicação, para assistir ao desfile de Primavera/ Verão de 2013 da APICCAPS.

À Portugueses Shoes que me forneceu algumas publicações e bilhetes para assistir a vários desfiles do Portugal Fashion, da coleção Outono/Inverno de 2012.

Aos meus colegas de curso, José Albino, que se disponibilizou a fazer os saltos manualmente, e ao Pedro Ribeiro que me forneceu as formas para realizar o segundo modelo.

Ao José Machado, Machado Shoes, que me recebeu no seu ateliê e me fez refletir acerca do projecto, e pelo seu conhecimento acerca da indústria de calçado.

Gostava, ainda, de agradecer às empresas intervenientes no processo de investigação. Primeiramente, agradecer à SIACO, pela forma como me abriu as portas da empresa, e a gentileza em me ceder uma forma para a produção do primeiro modelo. De seguida, à empresa Sopalmilhas, que através da senhora Ana Bela e do Senhor Belmiro, produziu as palmilhas para os modelos finais, realizando à medidas das formas.

À Jobel que, desde de início, me recebeu com toda a amabilidade. À Gerente Cândida Cardoso que me explicou de uma forma sucinta a história da fábrica. À Engenheira Dulce Cardoso, que desde logo agarrou o projecto com grande entusiasmo e ao mesmo tempo como um desafio. Ao senhor Luís Fonseca, responsável pela modelação do Salto, pela forma como se disponibilizou a explicar todos os processos necessários para a execução do salto desejado. Ao senhor Odílio, pela explicação acerca da sua tarefa na produção dos modelos de solas e de todos os paços necessários, e aos outros operários que contribuíram para a produção da sola.

Ao senhor Samuel Carvalhosa, pela sua humildade e pela forma genuína que fala acerca do calçado tradicional de Viana. Agradeço a forma como se tornou um agente ativo no processo de montagem dos modelos. Pelos seus ensinamentos e conhecimentos que me foram transmitidos ao longo de todo o processo. À senhora Fátima que me ajudou na modelação dos cortes, a coser e na realização dos bordados.

Aos meu orientadores que foram um grande ponto de apoio na concretização de tudo o que está inerente a esta investigação, revelando um enorme gosto, empenho e profissionalismo. À professora Liliana Soares que se tornou uma amiga e conselheira em todo o percurso. Ao professor Ermanno Aparo, pelo apoio e pela orientação disponibilizados na realização deste processo, os conselhos e as sugestões, e as palavras de ânimo em momentos de fracasso.

A todos o meu sincero e sentido obrigado, pois sem eles este projecto não seria viável, nem conseguiríamos ter dois modelos idealizados e materializados.

## 0. Introdução

### 0.1. Premissa

Um dos principais factores que motivam a escolha deste âmbito de investigação é reconhecer a reflexão projectual como elemento fundamental para entender a relação entre o design e o artesanato. A necessidade de recuperar a cultura das chinelas tradicionais típicas da região do Minho, encontrando no âmbito da moda o cenário que poderá permitir a rentabilização de um património de conhecimentos existentes e garantir a sua sobrevivência. Aproveitando as mais valias do âmbito da moda, dignificar a Cultura Material da região do Minho conferindo-lhe uma nova identidade na realidade contemporânea. Quando o design constrói uma ligação correta entre as qualidades produtivas e a história da cultura material, pode igualmente criar um produto sustentável e inovador.

De grosso modo, as atividades ligadas ao património material tradicional português estão a desaparecer, pois o artesanato é praticado maioritariamente por pessoas e de idade avançada, e que tendem extinguir. Por um lado, estes indivíduos nem sempre transmitem o seu conhecimento às novas gerações, devido ao desinteresse destas por este contexto produtivo, na medida que o artesanato se tornou, ao longo do tempo, sinónimo de recordação.

Com este estudo abrangente, pretende-se analisar a possibilidade de obter, como direção futura, a criação de uma linha de sapatos femininos, beneficiando do know-how existente na produção de calçado em Portugal e abrindo novos cenários de produtos.

O cenário que nos apresenta a “modernidade líquida” (Bauman, 2005) permite-nos contrariar a ideia de um mercado global constrangedor, validando a figura do consumidor como um indivíduo à procura de novos valores como sugere, Ampelio Bucci. “(...) parece estratégico apostar em produtos que tenham uma identidade própria e que também permitam ao indivíduo expressar melhor a sua identidade.” (Bucci, 2003: 105)

A ideia de produzir uma reflexão que foca a capacidade de aproveitar as mais valias da produção artesanal para a criação de um produto de moda, pode ser essencialmente descrita como uma estratégia eficaz para a sobrevivência da cultura material de um lugar. Neste sentido, poderemos enquadrar este projeto de investigação no conceito do “belo bem feito” (Ranzo, Buono, 2002), conceito muito ligado ao saber fazer do artesanato e que se pode tornar na mais valia capaz de qualificar o produto.

Por outro lado, parece importante salientar que num período como este, caracterizado pela crise financeira, é necessário que as empresas definam novas estratégias e novos cenários, fruto de uma correcta ligação entre valores e qualidades. Assim, citando o sociólogo Francesco Morace: “(...) tentar-se-á sempre alcançar mais um ponto de encontro entre as variáveis estéticas e as variáveis éticas. O que vale hoje para empresas e empreendedores iluminados será a chave universal para identificar novos parâmetros da qualidade. O encontro progressivo entre produtos e serviços irá acontecer sob alçada desta aliança entre a ética e a estética.” (Morace, 2011).

Com esta investigação pretende-se recuperar a cultura do calçado tradicional, proporcionando novos cenários que permitam a sobrevivência das atividades produtivas a eles relacionadas.

Espera-se, igualmente, criar um produto de calçado que no âmbito da moda saiba beneficiar das mais valias da produção artesanal. Este resultado será fruto das conexões distintas fruto da modernidade líquida; trata-se de assumir que a realidade de hoje é uma realidade com uma identidade complexa e que assume as ligações como elemento de identidade. Através da produção artesanal e em conjunto com a produção industrial, pretende-se criar um produto mestiço com os valores acrescentados de ambos os sectores.

Os factores relacionados com as qualidades manufaturais do artesanato, são decisivos para a determinação da identidade de um produto, podem tornar-se importantes para a identificação de uma marca que se associe a ele e que o represente, como defende Francesco Zurlo. “As empresas premiadas a nível europeu através do uso das melhores práticas de design, demonstram que o projecto pode ser aplicado nos vários sectores e mostram também que uma estratégia de design, não só olha criação de um produto bonito e de qualidade, mas também a identificação de uma identidade específica(...)” (Zurlo, 2003).<sup>1</sup>

<sup>1</sup> <http://www.mi.camcom.it/upload/file/330/165200/FILENAME/Zurlo.pdf> \_ (acedido em 2 de Fev. de 2012)

Nos dias de hoje torna-se crucial que o sector produtivo seja cada vez mais versátil, devido a constante e crescente exigência do cliente, proporcionada pelo mundo global onde se enquadra. A proximidade entre a indústria e o artesanato pode tornar-se estratégico para a sobrevivência dos dois sectores.

Pretende-se deste modo criar valores geograficamente envolvidos, ou seja, valores locais, culturais, simbólicos, qualitativos (Maldonado, 1999) que por meio de uma boa estratégia de design é capaz de evidenciar a qualidade do produto. Com um produto de moda híbrido, entre a produção artesanal e industrial, será possível proporcionar estratégia de design, utilizando uma comunicação dirigida ao público alvo, um preço e um bom local de venda.

## **0.2. Relevância do estudo**

O tema desta investigação surge da necessidade de relançar um dos artefactos que mais caracterizam a cultura material da região do Minho: a chinela. Assim, pretende-se criar novos cenários de mercado para calçado feminino que passem por uma reinterpretação projectual dos sapatos tradicionais de Viana do Castelo e por uma leitura correta das culturas produtivas a elas associadas. Pretendemos construir as premissas para a criação de um produto que, por meio do design, seja uma ponte entre a cultura local e o mundo da moda. “O artesanato e o design, embora se situem hoje em campos razoavelmente afastados, partilham alguns problemas e desafios, nomeadamente se acreditarmos em cenários múltiplos e de parcerias possíveis”. (Branco, 2005: 8).

O artesanato e o design em conjunto acrescentam mais valias legitimadas pela história da cultura material e pelas experiências que, ao longo do tempo, têm materializado esta ligação. Partindo de um arquétipo da cultura material como a chinela se aspira chegar a um produto capaz de despertar o interesse de um público atento, criterioso e à procura de qualidades objetivas. O âmbito do luxo pode tornar-se numa mais valia para a criação de um produto em que o “bem feito” e a memória acompanham, qualificam e fortalecem o seu valor de mercado.

Interessa uma investigação que responsabilize o designer enquanto agente social, promotor da cultura de do lugar. O facto de estudar numa escola da região do Minho responsabiliza a querer abraçar um projecto que se torna um embaixador da tecnologia, dos materiais, das técnicas.

O Mestrado em Design Integrado pertence um Instituto Politécnico, e nesse sentido, os projectos de investigação em design devem ter um cariz académico, mas essencialmente, devem possuir um cariz de desenvolvimento. Nomeadamente, a escolha de uma tese com cariz prático oferece-me a oportunidade de relacionar-me, enquanto designer, com tantas empresas de naturezas distintas e de localizações geográficas diferente: de Viana do Castelo, a Vila do Conde, passando por Santa Maria da Feira ou Vila Nova de Gaia.

### 0.3. Metodologia

Este trabalho de investigação enquadra-se em momentos que identificam e definem a escolha metodológica utilizada. Estes momentos foram desenvolvidos num processo aberto, orientados para o processo, deixando que os factores externos – como o tempo, a natureza das empresas, a cultura, entre outros – entrassem e interagissem no caminho projectual. Neste sentido, para fundamentar este estudo, desenvolveu-se:

**1º momento:** Fase de pesquisa, de recolha, de análise e de avaliação de dados.

Produção de uma breve pesquisa acerca de grupos empresariais <sup>1</sup> e associações de calçado,<sup>2</sup> na qual foi alcançado o conhecimento da existência de um Centro Tecnológico de Calçado de Portugal.

- Pesquisa bibliográfica.

- Construção da história da chinela: a chinela vianense como elemento representativo da cultura material do Minho.

- Apresentação do poster “O Design como veiculador de significados entre a cultura material do Minho e o calçado”. (co-autoria com Liliana Soares e Ermanno Aparo) no âmbito do CIMODE 2012 - Primeiro Congresso Internacional de Moda e Design, 5 a 7 de Novembro de 2012. Guimarães. Portugal.

<sup>1</sup> Jobel- Componentes para a indústria de calçado

<sup>2</sup> APICCAPS - Associação Portuguesa dos Industriais de Calçado, Componentes, Artigos de Pele e seus Sucedâneos

- Participação no Seminário da Designer Ana Margarida da Xperimental Brand no âmbito da Unidade Curricular de Estudos de Caso em Design do curso de Design do Produto.

## **2º momento:** Trabalho de Campo

- Realização de uma visita de estudo à Associação Portuguesa dos Industriais de Calçado, Componentes, Artigos de Pele e seus Sucedâneos. Com esta associação foi estabelecido um contacto posterior, para obtenção de bibliografia mais específica, pois o centro não detém bibliografia adequada ao estudo da base histórica do calçado.

- Construção de um portfólio de contactos. No decorrer deste processo intenso de pesquisa foi possível contactar o Assessor económico-financeiro Dr. Carlos Filipe Silva, colaborador no Centro de Estudos da APICCAPS, que forneceu um estudo na história do calçado. Este estudo foi anteriormente realizado pelo industrial Jorge da Silva Ribeiro, no qual se tornou importante para o entendimento e o desenvolvimento de uma base histórica.

- Ao longo deste trabalho vasto de pesquisa, foi possível o contacto com empresas importantes na concepção do calçado. Primeiramente, foi estabelecido o contacto com uma das maiores empresas portuguesas ao nível do calçado, a Fly London, situada em Guimarães e posteriormente com a Jobel, empresa de solas e componentes para calçado, sediada em Vila Nova de Gaia, na qual posteriormente se tornou uma parceria imprescindível para a concepção de um possível protótipo.

- Realização de uma visita de estudo no dia 9 de Junho à empresa Jobel, fábrica de componentes para calçado, sediada em Vila Nova de Gaia, tendo em vista a compreensão da estrutura empresarial. A visita inicialmente começou com um esclarecimento do meu objectivo da visita. Após uma longa conversa a cerca da empresa, da produção dos componentes, dos materiais utilizados, seguiu-se uma visita à linha de produção.

- Realização de entrevistas: a Samuel Carvalhosa, a José Machado, a Cristiana Marques produzidas ao longo do processo de tese e que se mostraram fundamentais para avaliações e tomadas de decisões.



### **3º momento:** Criação de hipóteses de projecto

- Recolha de uma série de moldes da chinela e levantamento através do desenho para proporcionar hipóteses para a projeção do modelo em 3D

- Recolha de uma série de solas da Jobel e levantamento através do desenho para proporcionar hipóteses para a projeção do modelo em 3D.

- Após a esta fase foi realizado um contacto, primeiramente por email e posteriormente um contacto telefónico, com a SIACO- Sociedade Industrial e Comercial de Artigos para Calçado, S.A., sediada em São João da Madeira, com o objectivo de obter uma forma/molde número 37, a fim de produzir o protótipo final. É necessário salientar, estas formas fruto de uma cortesia por parte da SIACO, na qual se demonstrou bastante sensibilizada para o objectivo do trabalho.

- Tentativa de construção do salto com o designer/artesão José Amorim na sua oficina em Viana do Castelo.

### **4º momento:** construção de dois exemplares experimental do sistema de produto Maria's

- Criação da parte do corpo da chinela com o artesão Samuel Carvalhosa, na sua loja/oficina em Viana do Castelo.

- Criação de um salto e sola personalizados pela Jobel.

- Ligação do salto com o corpo da chinela. Este trabalho realizado com o artesão Samuel Carvalhosa na sua oficina de Viana do Castelo.

# **1. A chinela vianense como elemento representativo da cultura material do Minho**

## **1.1. Apresentação e descrição do tema**

Podemos afirmar que o traje se declara como uma necessidade do quotidiano, mas também como uma cultura material de um povo. Ao longo dos tempos manifestaram-se diversas mutações na concepção da forma e na sua decoração. Como refere Benjamim Pereira “os têxteis não revelam apenas o engenho tecnológico e a capacidade de apropriação e exploração de matérias-primas disponíveis. A par da sua utilização imediata no quotidiano da casa e no vestuário comum, os tecidos, devido à sua projeção atentatória, cerimonial e ritual, alcançam uma dimensão económica, social e significativamente da maior importância.” (Pereira, 2009: 195).

No âmbito desta investigação orientada para o desenvolvimento de um produto de calçado, interessa focar o sapato do traje minhoto. A chinela típica de Viana é parte integrante do traje minhoto e desempenha um papel fundamental quer para a definição do traje, quer para o ofício de sapateiro, na medida que as chinelas são produzidas por sapateiros. Nos anos vinte, alguns deles interessaram-se por esta tipologia de calçado e especializaram-se no sector. Consequentemente, foram surgindo zonas específicas de fabricação desta peça importante quer para o traje à Vianesa, quer para a cultura minhota.

A execução da chinela seguia um processo orientado para o produto individual, ou seja, cada chinela tinha um desenho simétrico que o próprio pé (esquerdo ou direito) trataria de orientar com o uso. Em Viana do Castelo “a chinelinha de Viana - em cuja perfeita execução eram mestres (...) todos já na vida eterna, tinha uma fôrma especial (sem esquerdo, nem direito) de modo que se adaptava a qualquer pé. (...) Eram em calfe ou verniz. Tanto podiam ser lisas, com laço e fivela ou então bordadas a branco e, raramente noutros tons, incluindo o vermelho (...) a chinela podia ser camurça preta ou castanha (...)” (Costa, 1987: 11).



**Figura 1:** Artesão Manuel da Cunha a executar umas chinelas. Perre. Viana do Castelo

Cada chinela era única, pois era feita à medida do pé e do gosto de cada mulher. Segundo Benjamin Pereira, “para tirar as medidas a mulher assenta o pé, descalço, sobre um papel e marcam o seu contorno a lápis. Depois cortam a gáspea a partir do molde ajustado àquela medida. Esta leva forro e entretela. Escolhem a forma apropriada afeiçoando-a com bocados de couro para a devida configuração com a base do pé do cliente.

A palmilha é a primeira peça que se coloca na forma. Como explica Benjamin Pereira, ela tem, entre a base do pé e o tacão, uma peça em ferro - a alma da chinela (...)” (Pereira, 2009: 184). A complexidade e a especificidade do processo de fabrico da chinela, justificam a pertinência desta investigação em analisar a chinela de modo autónomo e único em relação ao todo que é o traje.

Segundo Amadeu Costa (1987) e Benjamin Pereira (2009) nos anos 20 surgem as chinelas de verniz cujo brilho e plenitude conseguem retirar destaque ao cabe-dal, deixado cair em desuso na época. Porém, as chinelas de verniz não eram apropriadas para os bordados (Pereira, 2009: 185), pois dificultavam muito a sua aplicação, embora fosse possível executá-los.



**Figura 2:** Chinelas tradicionais de Viana do Castelo em diferentes variações cromáticas construídas por Samuel Carvalhosa

Hoje em dia, as chilenas são constituídas com vários materiais e com as mais diversas cores, sendo alvo de constantes inovações e mutações. Motivo que despertou o interesse por parte de alguns artesãos locais, oriundos na maioria de famílias cuja sobrevivência derivava monetariamente do artesanato, e que hoje, se entregam com toda a sua alma à produção de chinelas tradicionais.

Um caso paradigmático é o de Samuel Carvalhosa, um dos artesãos de Viana do Castelo, que como os seus antepassados, se dedica à produção de chinelas artesanais. Samuel Carvalhosa consegue colocar na chinela um toque de inovação e encanto, tendo em vista os consumidores atuais, podendo desta forma atingir uma população mais jovem com o gosto apurado pela história e pelo artesanato.

Por outro lado, e como refere John Christopher Jones (1992) o artesão não sabe todas as razões que motivam a existência do objecto, nomeadamente ele não sabe porque faz, só sabe como deve fazer. O artesão faz por legado geracional.

Tendo em conta que um determinado produto tem uma história e ambiciona alcançar a contemporaneidade para poder existir, a sua rentabilização e interpretação pode resultar do aproveitamento da produção em série dos seus componentes. Ao mesmo tempo, o produto deve possuir a qualidade de detalhe que o diferencie como acontece a escolha do mercado de luxo que poderá justificar a criação de um produto híbrido entre os dois âmbitos: o industrial e o artesanal.

## 1.2. O bordado de Viana do Castelo

A origem dos bordados de Viana do Castelo está associada ao ‘Traje à Vianesa’ cujo esplendor remonta ao século XVIII, mas será no início do século XX que se dá a conhecer ao país.

Segundo José Leite de Vasconcellos (1933), durante as Festas de Nossa Senhora da Agonia de 1917, realizou-se uma exposição importante na cidade de Viana do Castelo que permitiu, não só mostrar os labores expostos, mas também descrever e catalogar uma parte significativa da cultura tradicional minhota.

Os bordados de Viana têm diversas aplicações, desde tipologias como os sacos de pão ou as toalhas de mesa, em suportes distintos como o linho ou a lã, passando pelas camisas ou pelas próprias chinelas. Os motivos dos bordados tiveram origem nos trajes regionais que foram, continuamente, transferidos para os outros âmbitos como o âmbito dos sapatos.

Em 2011, o bordado de Viana do Castelo, passou por um processo de certificação, realizado pelo CRAT, Centro Regional de Artes Tradicionais. O bordado pode conter diversos motivos, segundo a certificação que lhe foi atribuída:

- A ‘japoneira’, que corresponde a estilização da flor de japoneira, a flor “ganha sempre uma enorme expressão relativamente à área das pétalas. Por vezes, o contorno do crivo só aparece bordado numa única carreira de cordão. Nestes casos, nota-se um espaço livre entre este cordão e o bordado correspondente às pétalas, garantindo o mesmo efeito de mútuo realce e separação dos dois tipos de bordado.” (Pires, 2006: 21).



Figura 3: Bordado com motivo Flor de Japoneira



- Muitas vezes a flor da 'japoneira', é substituída pelo 'coração', um dos motivos mais característicos dos bordados de Viana do Castelo. "o coração pode aparecer desenhado quer simetricamente, quer assimetricamente, quer isolado, quer aos pares, conhecendo-se casos em que um coração encerra dois outros corações." (Pires, 2006: 29).

- Os '**trevos**': esta folha continha uma força expressiva juntamente com os elementos vegetais e as hastes que em conjunto criavam um padrão esplendoroso. No bordado de Viana podemos encontrar trevos de diversos tamanhos com três, ou quatro folhas.



Figura 4: Bordado com o motivo dos trevos

- Por vezes, podemos verificar que a **flor de japoneira** - a camélia - era substituída por outras flores, como por exemplo, as rosas, os cravos, as marias e os mariões (flores constituídas por pétalas separadas) ou mesmo as estrelas.



Figura 5: Bordados com motivo de flores designadas por marias e mariões

- Um elemento fundamental no bordado de Viana é o **meio de ligação** entre os diversos motivos. Embora não tenham uma o destaque simbólico e formal dos motivos anunciados anteriormente, os elementos de ligação assumem uma extrema relevância entre os diversos motivos. Estes elementos eram constituídos por hastes que terminam em caracol ou folhas de feito, constituindo um cordão.



**Figura 6:** Bordado com Elementos de ligação

### 1.3. Estudo de caso: Samuel Carvalhosa<sup>1</sup>

Actualmente, a Cultura do Fazer<sup>2</sup> (La Pietra, 1997) da arte da chinela está a extinguir-se, existindo cada vez menos pessoas a produzir este produto centenário. O estudo de caso acerca do artesão Samuel Carvalhosa sustenta a importância da Cultura do Fazer no âmbito da chinela vianense.

Samuel Carvalhosa, nasce a 24 de Dezembro de 1973, e desde cedo manifestou o seu interesse pelo artesanato. Este artesão começou a aprender esta arte, do saber fazer, com o seu pai e o seu irmão, ainda bastante jovem, tendo o seu pai, aprendendo a arte muito jovem com mestres sapateiros. Inicialmente, Samuel Carvalhosa produzia os socos, muito usados na época, mas com cerca de vinte anos, enveredou pela produção de chinelas tradicionais.

Carvalhosa tinha apenas doze anos de idade quando produziu o seu primeiro par de chinelas, que guarda com bastante carinho até à data. Decidiu enveredar pelo campo de artesanato, pois quando andava na escola sonhava ser arqueólogo, mas como não teve possibilidades de continuar a estudar, seguiu um caminho, segundo ele, semelhante ao que pretendia, do qual gosta muito, e que lhe dá muito gosto.

Samuel Carvalhosa decide abrir a sua primeira loja / ateliê de venda ao público em Maio 2010, na Rua Mateus Barbosa, uma das principais ruas comerciais de Viana do Castelo. Escolheu esta rua pois foi nela que o seu pai aprendeu a arte com os mestres sapateiros, e considera uma rua típica de Viana do Castelo, uma cidade na qual Samuel gosta de viver.

1 Estudo de caso sustentado numa entrevista realizada por Maria Morim a Samuel Carvalhosa, na oficina/loja em Viana do Castelo, no dia 15 de Novembro de 2012 (ver Apêndice 8.1).

2 O autor Ugo La Pietra (1997) cria uma distinção entre o termo Cultura do Fazer associado ao artesanato e o termo Cultura do Projeto associado ao Design. A relação entre a Cultura do Fazer e a Cultura do Projecto é uma das circunstâncias mais importantes para a construção de uma estratégia capaz de determinar a sobrevivência do artesanato





**Figura 7:** Loja/Atelier de Samuel Carvalho, entrada

Com a abertura da loja surge a ideia de inovar a chinela, mas utilizando o saber tal como tinha aprendido, pois Samuel Carvalho reconhecia a necessidade de ter uma maior gama de produtos, de forma a ir ao encontro dos gostos dos clientes atuais.

Samuel Carvalho, não demonstra receio em utilizar cores garridas, formando conjugações diferentes daquelas propostas pelo produto tradicional. Segundo Samuel Carvalho é “(...) para utilizar o que é tradicional, aliado ao moderno, é preciso usar as cores. Antigamente, as cores eram pálidas. Hoje em dia, dependendo do ano e da moda, as cores mudam.” <sup>1</sup>

A sua produção demonstra o conhecimento apreendido com as gerações anteriores à sua. Samuel Carvalho dedica-se à produção de chinelas, tendo por base as antigas referências, e ao restauro de sapatos. Carvalho produz toda a chinela manualmente, desde a sola, ao talhe do cabedal e ao bordado. Cada chinela possui uma singularidade de beleza impar.

A chinela é composta pelas sola, as viras, o enfustar, elemento onde é colocada a cortiça, as palmilhas, pelo tacão, normalmente feito em madeira ou a sola, cabedal interior, verniz e linhas

<sup>1</sup> in Entrevista realizada por Maria Morim a Samuel Carvalho, na oficina/loja em Viana do Castelo, no dia 15 de Novembro de 2012 (ver Apêndice 8.1)



**Figura 8:** Chinela tradicional em produção

O bordado é feito por bordadeiras familiares - a sua irmã, a esposa e a mãe - tendo as primeiras aprendido a bordar com a matriarca. A sua mãe aprendeu a bordar chinelas apenas observando e copiando, este facto, vem reforçar a importância de conjugar valores distintos em função de um produto. Como defende Medardo Chiapponi, “muitas vezes uma forte inovação num sector pode ser determinada pela transferência de ideias e de soluções vindas de um outro campo em que as mesmas ideias e soluções já não são inovadoras, mas até são plenamente adquiridas há muito tempo.” (Chiapponi, 1999: 77).

O bordado é muitas vezes inovado em termos de forma, e cores, tendo sempre por base as diretrizes do artesão. Estes bordados podem ser realizados em vidrilho ou em bordado cheio, com os mais diversos motivos do bordado de Viana.

Samuel Carvalhosa possui vários projetos para diferenciar as suas chinelas, que são produzidas manualmente, ao contrário o que, segundo o artesão, acontece com as que são fabricadas no Porto, na medida que são realizadas industrialmente.

Carvalhosa pretende criar um selo de garantia que identifique e certifique que o produto é produzido manualmente e em Viana. Trata-se, segundo ele, de adicionar ao produto - chinela - uma etiqueta explicativa do produto, capaz de narrar ao utilizador final quer a história da chinela vianense, quer a história da cultura minhota.



**Figura 9:** Atelie de Samuel carvalhosa, vista interior

Neste sentido, o artesão percebe a importância e a necessidade de oferecer o seu produto associado, igualmente, a um packaging. Ou seja, o artesão compreende a necessidade de criar uma estratégia para a comercialização dos seus produtos que, claramente, contempla “a importância de uma imagem corporativa, decidindo desenvolver um sistema de produto que auxiliasse os produtos produzidos, apresentando packagings e catálogos, e consequentemente, melhorando o relacionamento entre a empresa e o público alvo.” (Aparo, 2010: 175).

Este ponto é extremamente importante para esta investigação, tendo em conta que o artesão mostra uma abertura para trabalhar com a mudança, relacionando-se com outros intervenientes.

Na opinião de Samuel Carvalhosa “as pessoas muitas vezes não compram, porque não vêem o processo. Uma chinela que custa 80€, por isso, ver como é ela é feita, como é apresentada, o que ela tem de apresentação, com uma etiqueta a identificar, com um selo, uma caixa toda personalizada, assim, a pessoa compra.”<sup>1</sup>

De todo este trabalho manual resulta uma variedade de modelos, dos mais tradicionais aos mais modernos, sendo os últimos resultado da sua própria imaginação. A marca Samuel Carvalhosa - Chinelas Tradicionais, representa uma aposta no mercado jovem, que pretende cultivar a tradição vista de um ponto mais atual.

Samuel Carvalhosa considera importante transmitir este saber aos jovens pois, na sua opinião, hoje em dia os jovens e mesmo as gerações mais velhas não conferem ao seu trabalho o valor que para si representa.

<sup>1</sup> In Entrevista realizada por Maria Morim a Samuel Carvalhosa, na oficina/loja em Viana do Castelo, no dia 15 de Novembro de 2012 (ver Apêndice 8.1).

O artesão considera importante educar as pessoas para o trabalho que representa a produção de uma chinela manual, na medida que só conhecendo a história do produto é que as pessoas poderão conferir o valor que ele lhes transmite.

Segundo Carvalhosa, as pessoas deixaram de acreditar no artesanato, pois alguns indivíduos, que se consideram artesãos, mas que não o são, automatizaram as suas produções voltando o seu produto para a comercialização. “Hoje, muitos artesãos dizem que são artesãos, mas não o são, porque não fazem o trabalho à mão. Eu podia pegar na minha oficina e colocar duas ou três máquinas, automatizava, vendia a outro preço, e seria um artesão? Mas eu não faço isso, não faz sentido. Podia optar pôr em plástico ou usar camurça sintética, mas não, continuo tudo na mesma, tudo em pele.”<sup>1</sup>

Para Samuel Carvalhosa, hoje é impossível viver unicamente do artesanato das chinelas. O que sustenta a sua loja são os produtos diferenciados que gosta de ter, e que segundo os seus clientes, a torna numa das lojas mais bonitas de Viana.

Ao longo da entrevista demonstrou várias vezes o seu descontentamento com a conjuntura atual e com os poucos apoios que sente na proteção do artesanato. Este facto salienta a necessidade da cultura do fazer – neste caso, o saber das chinelas – se relacionar com a cultura do projeto – ou seja, com o design.

No final da entrevista o artesão teve a gentileza de demonstrar como tira os moldes às mais diversas formas, informação que poderá revelar-se valiosa e importante para a viabilidade do protótipo.

<sup>1</sup> in Entrevista realizada por Maria Morim a Samuel Carvalhosa, na oficina/loja em Viana do Castelo, no dia 15 de Novembro de 2012 (ver Apêndice 8.1).



## 2. Cultura semi-industrial portuguesa: o calçado

### 2.1. Breve história da indústria do calçado em Portugal

A indústria do calçado portuguesa tem vindo a afirmar-se quer no mercado nacional, quer no internacional, tendo alcançado em 2010 um volume de exportações na ordem do 95%, “ (...) pela primeira vez Portugal exportou mais pares de sapatos do que produziu”.<sup>1</sup>

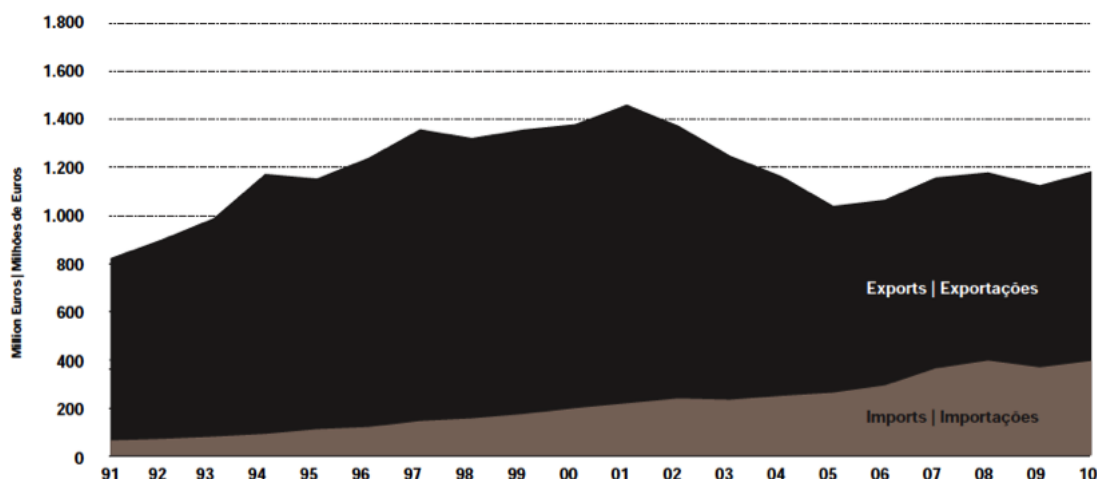


Gráfico 1 - Comércio externo da indústria portuguesa de calçado (1991-2010)

Desde o início da década de 90, Portugal não parou de crescer, tanto a nível nacional como internacional. As exportações cresceram mais rapidamente do que as importações.

Consequentemente, o excedente comercial aumentou significativamente, tendo passado de 830 milhões de euros, em 1991, para 1.360 milhões, dez anos depois<sup>2</sup>.

1 Calçado componentes e artigos de pele MONOGRAFIA ESTATÍSTICA 2001, página 20

2 Calçado componentes e artigos de pele MONOGRAFIA ESTATÍSTICA 2001, página 21

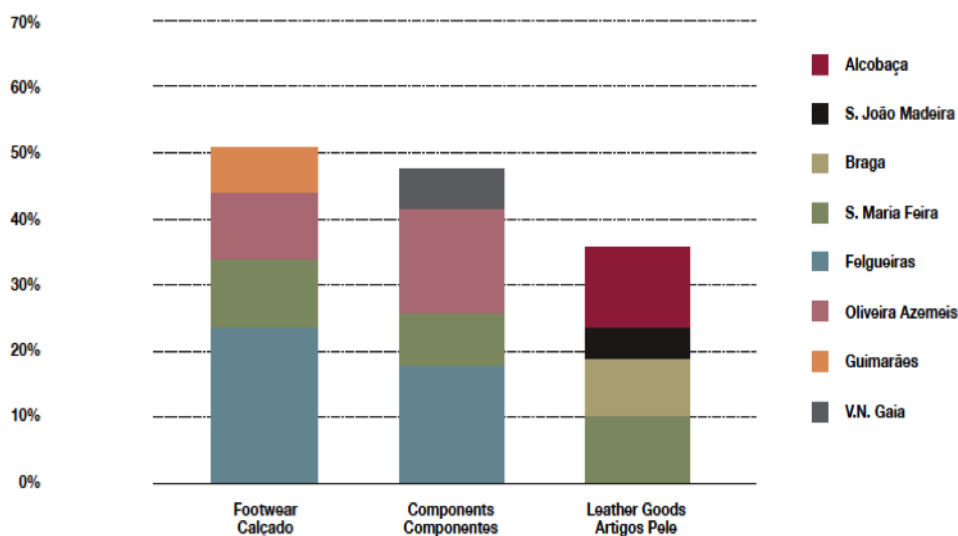


**Figura 10:** Da esquerda para a direita: linha de produção da Jobel. Fortunato Frederico com sapato da marca Fly London

O sector do calçado está sediado sobretudo no Norte do país, nomeadamente nos concelhos de S. João da Madeira, Santa Maria da Feira, Felgueiras e Guimarães. O desenvolvimento industrial nesta zona geográfica do país deve-se à forte implementação da fase pré-industrial no início do século XX, tendo vindo a intensificar-se nos anos posteriores.

Em cada um destes concelhos, as fábricas são especializados num segmento de mercado mais pequeno:

- Guimarães, por exemplo, é responsável pelo calçado de couro com um estilo mais casual.
- Em S. João da Madeira e Felgueiras desenvolve-se o calçado clássico. Ou seja mais ligados aos desenhos com as linhas mais primordiais.
- Na zona centro do país, em Leiria, desenvolve-se o calçado de segurança e militar.
- As indústrias produtoras de componentes são, na sua maioria, de pequena dimensão, desenvolvendo-se em zonas geográficas estratégicas. Deste modo, o contacto com os clientes é simplificado e directo.



**Gráfico 2:** Percentagem dos trabalhadores na indústria por concelho (2009)

Segundo fonte da APICCAPS<sup>1</sup>, “a forte aglomeração geográfica é uma das características mais marcantes de estrutura empresarial portuguesa do calçado. (...) O concelho de Felgueiras, por si só, emprega um terço das pessoas ao serviço da indústria de calçado. No vizinho concelho de Guimarães, por sua vez, trabalham 10% dos efetivos da indústria. Estes dois concelhos são o núcleo de um dos polos geográficos em que se organiza a indústria e que se estende para o ocidente até Barcelos. O outro grande polo da indústria situa-se a uma centena de quilómetros, no limiar entre as regiões Norte e Centro (...) Em conjunto, estes quatro concelhos representam cerca de 70% do emprego na indústria portuguesa de calçado.”<sup>2</sup>

1 A Associação Portuguesa dos Industriais de Calçado, Componentes, Artigos de Pele e seus Sucedâneos (APICCAPS) localiza-se no norte do país, rua Alves Redol, Porto, é uma entidade crucial no desenvolvimentos de estudos, estatísticas, estratégias de mercado para o sector do calçado.

2 Calçado componentes e artigos de pele MONOGRAFIA ESTATISTICA 2001, pág 58



**Figura 11:** Da esquerda para a direita: Imagens de indústrias em datas distintas: anos 70 e actualmente

Atualmente e de acordo com um estudo do Instituto Nacional de Estatística, a indústria do calçado exerce em Portugal uma grande importância ao nível do produto interno bruto<sup>1</sup>, estando cada vez mais desmarcada da concorrência por diversos factores diferenciadores.

As empresas, mais do que nunca, têm demonstrado preocupações e implementado várias políticas, cada vez mais apoiadas pela APICCAPS e pelo CTCP. Estas, por sua vez, preocupam-se com as contrastantes modificações do mercado, alertando as empresas para que estejam sempre na linha da frente. As empresas apostam na atualização dos recursos humanos através da formação, mas também da introdução nos seus quadros de mão-de-obra qualificada ao nível superior, sendo hoje classificados como chaves para o desenvolvimento no futuro.<sup>2</sup>

No passado recente, a aprendizagem do calçado focava o seu alvo nas salas de aula e na teoria, mas atualmente foca a formação nas áreas produtivas, de organização e de gestão, nas tecnologias de apoio à produção e gestão, qualidade, logística, comercial/ marketing, higiene e segurança no trabalho.<sup>3</sup>

1 [http://www.apicccaps.pt/c/document\\_library/get\\_file?uuid=f1b3cf2c-959a-43b8-ad52-f41f868e0739&groupId=10136](http://www.apicccaps.pt/c/document_library/get_file?uuid=f1b3cf2c-959a-43b8-ad52-f41f868e0739&groupId=10136) in Footure, programa de acção para a fileira do calçado. Pag 77 (Acedido a 5 de Dezembro de 2012).

2 [http://www.apicccaps.pt/c/document\\_library/get\\_file?uuid=f1b3cf2c-959a-43b8-ad52-f41f868e0739&groupId=10136](http://www.apicccaps.pt/c/document_library/get_file?uuid=f1b3cf2c-959a-43b8-ad52-f41f868e0739&groupId=10136) in Footure, programa de acção para a fileira do calçado. Pag 71 (Acedido a 5 de Dezembro de 2012).

3 [http://www.apicccaps.pt/c/document\\_library/get\\_file?uuid=f1b3cf2c-959a-43b8-ad52-f41f868e0739&groupId=10136](http://www.apicccaps.pt/c/document_library/get_file?uuid=f1b3cf2c-959a-43b8-ad52-f41f868e0739&groupId=10136) in Footure, programa de acção para a fileira do calçado. pag. 71 (Acedido a 5 de Dezembro de 2012).



Hoje em dia, Portugal é conhecido pela qualidade e pelo conhecimento na área, destacando-se como o segundo maior produtor de calçado mundial, logo a seguir à Itália . Apesar das múltiplas apostas em comunicação e imagem da indústria portuguesa, Itália<sup>1</sup> encontra-se ainda muito distanciada do nosso país, uma vez que o comprador português dispõe-se ainda a pagar mais pelo produto italiano. Contudo, estes resultados são de facto encorajadores para empresas que pretendem ingressar neste mercado.

Nos últimos anos foram criadas novas marcas de sapatos como a Fly London ou a Groundhog, a Cubanas ou a Guava, e marcas com nomes individuais como Egídio Alves ou Carla Lima Shoes, que apostam na inovação e na internacionalização. Como refere o detentor do Grupo Kaya, Fortunato Frederico, ao 'Jornal Económico', "o grupo aposta na diversificação dos mercados de exportação para travar vendas na Europa. A Kayaia, o maior produtor de calçado nacional - conhecido por deter a internacional Fly London - acabou de lançar a Groundhog, uma nova marca de sapatos, na feira de Dusseldorf, Alemanha. A Groundhog vem fortalecer o portfólio de marcas representadas do grupo nacional, que explora também a Camel em Portugal e Espanha (...) muitos dos sapatos da Groundhog, que têm colecções masculinas, femininas e de crianças, são produzidos em Portugal por outros grupos nacionais do sector.(...)"<sup>2</sup>



Figura 12 – Imagens de marcas: Groundhog e Fly London

1 [http://www.apiccaps.pt/c/document\\_library/get\\_file?uuid=f1b3cf2c-959a-43b8-ad52-f41f868e0739&groupId=10136](http://www.apiccaps.pt/c/document_library/get_file?uuid=f1b3cf2c-959a-43b8-ad52-f41f868e0739&groupId=10136) in Footure, programa de acção para a fileira do calçado. pag. 113 (Acedido a 5 de Dezembro de 2012).

2 Cit Fortunato Frederico in jornal económico 07/09/12, disponível em [http://mobile.economico.pt/noticias/maior-grupo-de-calcado-portugues-lanca-nova-marca-na-alemanha\\_151263.html](http://mobile.economico.pt/noticias/maior-grupo-de-calcado-portugues-lanca-nova-marca-na-alemanha_151263.html), (Acedido a 5 de Dezembro de 2012)

Estas marcas são conhecidas pelos seus diversos factores diferenciadores, como o design, a qualidade de fabrico e a criação de marcas próprias. Como afirma Ute Windhausen-Kiss a uma entrevista ao Jornal Público, “o design português tem procura mundial” <sup>1</sup>.

Atualmente, o triunfo do design de sapatos portugueses baseia-se num triângulo: a qualidade, o design e a relação de confiança com os clientes.<sup>2</sup> Na opinião de alguns empresários portugueses<sup>3</sup> um dos pontos fortes do calçado português ao nível internacional capaz de diferenciar o produto é o design enquanto portador de qualidade.

Em 1986 a indústria em Portugal reconheceu a necessidade de criar um centro que apoiasse as fileiras do calçado diversos níveis. Assim, nasce o centro tecnológico. A visita realizada a este centro como trabalho de campo desta investigação, foi crucial para entender como o sector do calçado se organiza e se move ao nível do mercado português e de outros países a nível mundial.

Desde de início, foi fácil entender que as organizações funcionam muito bem em rede, havendo uma enorme troca de conhecimentos, contribuindo em conjunto para um único fim, enaltecer o sector do calçado ao nível nacional e internacional.

1 (Ute Windhausen-Kiss -co-directora da GDS, uma das maiores feiras mundiais do sector afirmou que hoje, o triunfo dos sapatos portugueses baseia-se num triângulo: qualidade, design e relação de confiança com os clientes. “O design português tem procura mundial”, valoriza Ute Windhausen-Kiss, co-directora da GDS, uma das maiores feiras mundiais do sector que decorreu, na primeira semana do mês, em Dusseldorf, na Alemanha. <http://publico.pt/1564227> (acedido a 26 de Outubro de 2012)

2 <http://publico.pt/1564227>(acedido a 26 de Outubro de 2012)

3 <http://publico.pt/1564227>(acedido a 26 de Outubro de 2012)

## 2.2. O Centro Tecnológico de Calçado de Portugal (CTCP)

O Centro Tecnológico de Calçado de Portugal (CTCP) situa-se no norte do país, na cidade de São João da Madeira. É uma organização sem fins lucrativos fundada pelas identidades: APICCAPS, IAPMEI<sup>1</sup> e o INETI.<sup>2</sup>

O CTCP tem como principais objectivos o apoio técnico das fileiras de calçado e afins, promovendo a formação de técnicos adequados à necessidade das empresas, divulgando a informação técnica junto das empresas e desenvolvendo a investigação.

O CTCP desenvolve atividades como:

- Ensaios físicos, químicos das matérias primas dos produtos acabados, e a sua normalização.

- Certificação de produto segundo as normas estabelecidas que lhe conferem etiquetas diferenciadoras: BIOCALCE e ACTIVECALCE.

- Investigação de novos equipamentos para automatização eficaz das empresa.

- Formação de profissionais aptos para os novos desafios da indústria.

- Proteção de novos produtos, higiene e segurança no trabalho. <sup>3</sup>

1 IAPMEI: \_ O Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação

2 INETI- Instituto Nacional de Engenharia e Tecnologia Industrial

3 <http://www.ctcp.pt/ctcp.asp?idmp=MQ==&idms=MQ==&idmt=MQ==> ( acedido em 16 de Novembro de 2012).

À entrada do CTCP, pode visualizar-se uma exposição permanente onde estão expostas as criações e alguns dos protótipos resultantes de estudos realizados no centro. Segundo Cristiana Marques<sup>1</sup>, muitos d eles estão prontos para serem produzidos e comercializados em breve. Ao longo da entrevista, foi possível perceber um pouco mais acerca da missão do centro no sector do calçado e a sua influência no desenvolvimento económico nacional.

Nos últimos vinte anos o sector do calçado passou de totalmente tradicional, baseado na mão de obra intensiva, para um sector moderno inovador e muito competitivo, sendo na atualidade um sector muito dinâmico. Segundo Leandro Melo<sup>2</sup>

“ o que é realmente importante é promover a mudança, antecipar as dificuldades (...) neste aspecto, pode dizer-se que o sector do calçado soube ler o futuro e adoptar antecipadamente as melhores estratégias (...)”.<sup>3</sup>

Desde cedo, este sector percebeu a importância do desenvolvimento de coleções próprias, com artigos diferenciadores em moda, design, qualidade e produção de pequenas séries seriam caminhos a seguir. Mas, que para tal fosse possível foi crucial o empenho do centro no desenvolvimento de novas competências.

Com esta rápida evolução foi necessário um elevado desempenho das empresas. Porém, muitas delas não conseguiram acompanhar o ritmo e ficaram pelo caminho.



**Figura 13:** Da esquerda para a direita: Exterior e interior do Centro Tecnológico de Calçado de Portugal, São João da Madeira

1 Cristiana Marques, responsável pelos Recursos Humanos e Técnica da Unidade de Organização e Gestão de Empresas

2 Leandro Melo: diretor-geral do CTCP

3 Revista Formar nº78, jan/mar 2012, artigo Made in Portugal, pp 16

Atualmente, um dos grandes desafios é dinamizar a “(...) produção de pequenas encomendas, acesso ao pequeno retalho e pontos de venda independentes produção de coleções sofisticadas e diferenciadas e com marca própria ou *private label*.”<sup>1</sup>

A preocupação com a pegada ecológica do produto começa a estar cada vez mais presente na mente do consumidor. Como refere Leandro Melo “com a coordenação do CTCP foram recentemente estabelecidos os normativos da marca sectorial BIOCALCE para a certificação ambiental e energética de empresas e de artigos de calçado. A marca BIOCALCE é presentemente utilizada por varias dezenas de empresas. No futuro próximo os conceitos de calçado ecológico, fábrica verde e pegada de carbono zero serão o objectivo da maior parte das empresas portuguesas de calçado”.<sup>2</sup>

Hoje, Portugal está na linha da frente, é visto do exterior como um produtor de elevada qualidade tecnológica, apresentando calçado com técnica, moda e design.

1 Cit Leandro Melo: in FORMAR revista dos formadores Nº78 Jan/mar 2012

2 Cit Leandro Melo: in FORMAR revista dos formadores Nº78 Jan/mar 2012

## 2.3. Estudo de Caso: Jobel

A empresa Jobel, sediada em Vila Nova de Gaia, é uma fábrica de componentes para a indústria do calçado, que iniciou a sua atividade laboral em 1978.

Desde de início que a sua acção laboral tem vindo a sofrer diversas notações ao nível tecnológico. No começo produtivo dedicava a sua atividade à produção de solas e solados com materiais sintéticos e naturais.

Em 1987 foi criado um espaço para a produção de sapatos por injeção em plástico e uma serralharia para a produção de moldes. Mais tarde em 1994, foi instalada a produção de viras num novo alargamento de fábrica. Em 1996 foi inserida a cortiça na produção dos componentes.

Atualmente, a empresa encontra a sua produção na linha da frente na produção de componentes para calçado, acompanhando sempre as mais diversas evoluções tecnológicas existentes no sector.<sup>1</sup>

A Jobel aproveita a sua especificidade como elemento estratégico para contactar com as diversas indústrias, suas potenciais clientes, embora não seja descartado um mercado mais longínquo.

Da constante investigação e inovação para a conectividade da empresa, surgiu a necessidade de criar um departamento de investigação e desenvolvimento. Este departamento tem como objectivo criar novos saltos, novos conceitos de solas e solados de forma a satisfazer a necessidade do cliente num curto espaço de tempo<sup>2</sup>

1 <http://www.jobel.com.pt/empresa.html> (Aced: 19 Setembro de 2012)

2 [http://www.jobel.com.pt/i\\_d.html](http://www.jobel.com.pt/i_d.html) (Aced: 19 Setembro de 2012)





**Figura 14:** Da esquerda para a direita: solas de saltos, componentes da fábrica Jobel

Durante a visita à Jobel foi possível verificar a diversidade de trabalhadores presentes e a funções que cada um desempenha, nomeadamente:

- A criação de moldes fica a cargo de um único trabalhador e de uma CNC. Muitas das vezes existe a necessidade da produção de moldes para clientes sendo na maioria uma produção exclusiva.
- A produção dos componentes estão a cargo de diversos sectores com diferentes linhas de montagem.
- A fábrica está dividida em sectores de forma a favorecer a produção, sendo a linha de montagem o centro destes subsectores.

Da análise a esta empresa verificou-se que os saltos altos têm alguns limites, nomeadamente a sua estabilidade e estrutura. Quando se fala de uma altura considerável é necessário colocar no eixo da forma do salto, um cilindro em inox de forma a fornecer a estrutura e a estabilidade necessária exigida pelo salto alto.

Muitas das vezes o limite da criação é imposto por estes factores produtivos, muitas das vezes não consideradas clientes. Quando não existe uma certeza a cerca da viabilidade do projecto, é realizado um modelo em prototipagem rápida, a fim de fazer alguns testes de resistência e produção.

No final foi solicitado uma série de solas para melhor projeção do modelo em 3D. A disponibilidade da fábrica foi imediata, fornecendo solas de com um salto mais baixo, e alguns novos testes de saltos que estavam a realizar no momento. A diversidade de amostras foi bastante variada, pois nesta fase o modelo 3D encontrava-se em fase de estudo.

### 3. Estudos de caso que cruzam o âmbito artesanal com o sector industrial

A moda tem a capacidade de receber o artesanato como um valor acrescentado, devido à possibilidade de criar o detalhe único em cada peça. Este fato torna-se um ponto forte para o desenvolvimento do tema deste estudo, pois através do ‘feito-à-mão’ proporcionado pela produção artesanal, podemos obter mais valias que numa peça de moda, conferem ao produto um valor final acrescentado. Este tipo de factores são altamente reconhecidos por algumas marcas de luxo internacionais, líderes do mercado de luxo que obtêm produtos diferenciados, definidos pelo seu valor identitário e de qualidade.


Da relação entre estes dois sectores produtivos – artesanal e industrial - e “relacionando o projecto de design com o artesanato, é possível desenvolver novos conceitos para uma diversidade qualitativa. Isso significa que o património cultural e material que representa toda a atividade manufatural, é o ponto de partida para a definição de um novo produto no mercado global.” (Aparo, Soares, 2007: 187). No âmbito da moda, é possível verificar esta conexão entre o âmbito artesanal com o âmbito industrial mediados pelo design.



**Figura 15** : A cultura do Fazer’ e a ‘Cultura do Projeto’: Da esquerda para a direita: artesão Samuel Carvalho e designers Challes and Ray Eames



**GUIMARÃES**  
5 - 7 NOV. 2012



**1º CIMODE**

**CONGRESSO INTERNACIONAL DE MODA E DESIGN**  
INTERNATIONAL FASHION DESIGN AND DESIGN CONFERENCE

**O DESIGN COMO VEICULADOR DE SIGNIFICADOS ENTRE A CULTURA MATERIAL DO MINHO E O CALÇADO** DESIGN AS VEHICLE FOR MEANINGS BETWEEN FOOTWEAR AND MINHO'S MATERIAL CULTURE

MARIA MORIM<sup>1</sup>, LILIANA SOARES<sup>2</sup>, ERMANNO APARO<sup>3</sup>

1 IPVC (Instituto Politécnico de Viana do Castelo), mariamorim\_ipvc@hotmail.com  
2 IPVC (Instituto Politécnico de Viana do Castelo) e ID+ (Instituto de Investigação em Design, Media e Cultura, UA), lsoares@estg.ipvc.pt  
3 IPVC (Instituto Politécnico de Viana do Castelo) e CIAUD (Centro de Investigação em Arquitectura, Urbanismo e Design - FAUTL), aparo@estg.ipvc.pt

**Resumo:**

A atenção manifestada ao longo do trabalho relatado, nasce da necessidade de relacionar a cultura material do Minho com uma cultura semi-industrial enraizada na cultura portuguesa: o calçado. Nesta investigação, pretende-se proporcionar a criação um produto mestiço entre estas duas atividades produtivas e culturais. Atualmente e segundo João Branco (2005), o design caminha, cada vez mais, a par com o artesanato, na medida que possui desafios em comum. Através do artesanato, pretende-se conceber um novo produto que seja atual e real, utilizando para isso a reflexão projetual do design. Embora estejamos num período de crise, o comércio do luxo está em franco crescimento, demonstrando a grande capacidade para valorizar quer o trabalho feito à mão, quer a minuciosidade com que estes produtos são obtidos. Este detalhe só poderá ser alcançado através da produção artesanal, cruzando-a e enaltecendo-a, por diferenciação, com a produção industrial. Com este texto, os autores esperam, igualmente, validar o relacionamento entre o design e o artesanato como um percurso contíguo e fundamental na criação de um produto diferenciado e nas mais valias a ele associadas.

**Abstract:**

The concern throughout the present work stems from the need to relate the material culture of the Minho region, in the north of Portugal, with a semi-industrial culture rooted in Portuguese culture: footwear. This research aims to enable the creation of a mix breed product joining these two cultural and productive activities. Currently, and according to João Branco (2005), design increasingly joins artisanship, as they share common challenges. Through artisanship we intend to design a new product, updated and real, and for that purpose we employ design's projectual rationale. Despite the present period of crisis, luxury trade grows increasingly, demonstrating a vast ability to appreciate the work done by hand, and also the thoroughness these products engage in their making. This detail can only be achieved through artisanal production, crossing it and praising it, by differentiation, regarding industrial production. With the present text the authors also intend to validate the relationship between design and artisanship, as a contiguous and essential route towards the creation of a distinguished product and the related benefits.



**Figura 16:** Poster “O Design como veiculador de significados entre a cultura material do Minho e o calçado”. (co-autoria com Liliana Soares e Ermanno Aparo) , no âmbito do CIMODE 2012 – 1º Congresso Internacional de Moda e Design, 5 a 7 de Nov. de 2012. Guimarães. Portugal

### 3.1. Estudo de Caso: Christian Louboutin



**Figura 17:** Christian Louboutin com os sapatos “siamês”, criados em colaboração com David Lynch

Christian Louboutin nasce em Paris em 1963. Com apenas com 16 anos abandona a escola e desloca-se para o coração da indústria francesa do calçado em Romans-sur-Isère, onde se tornou um aprendiz de grande perfeccionismo. Em conjunto com o seu mestre ensaiou mais de 100 vezes o salto em agulha, para o tornar perfeito. (Ribeiro 2010: 116)

Mais tarde, nos anos 80, tornou-se freelancer, tendo trabalhado para marcas de renome internacional, como a Chanel e a Yves Saint Laurent. Em 1992 e em conjunto com dois amigos abriu a marca própria, próxima do Museu do Louvre. Em 1994 inaugura uma loja em Nova Iorque.

A sua segunda coleção foi desenvolvida em 1995, intitulada “Trash”, onde aplicou novos materiais, como redes, caricas ou mesmo bilhetes de autocarro, entre outros. (Ribeiro 2010: 117)



**Figura 18:** Sapato da colecção 'Love Shoe' de Christian Louboutin de 1992

Christian Louboutin começa por frequentar a noite parisiense muito cedo tendo apenas 15 anos de idade. Logo nesta época sentia-se fascinado pelos sapatos. É neste período que cria sapatos para vender às bailarinas do Moulin Rouge. Como refere Christian Louboutin “as mulheres ficavam nuas mas continuavam calçadas” (Louboutin cit in Ribeiro, 2010: 116).

A característica da sola vermelha surge quando Louboutin visualiza uma assistente sua a pintar as unhas de vermelho. Logo pegou no verniz e começou a pintar as solas, de várias cores mas, desde de cedo percebeu que as de cor vermelho tinha melhor aceitação por parte das mulheres. Apenas manteve a cor azul para os sapatos de noiva (Ribeiro 2010: 117).

Nas suas criações de moda, o criador produz sempre sapatos do estilo agulha com cerca de 12 centímetros de altura. Na maioria das vezes, o conforto é tido como factor descorado. Como afirma o próprio Christian Louboutin “para as mulheres os sapatos são uma extensão de si mesmas” (Louboutin cit in Ribeiro, 2010: 117), porque o mais importante é a moda.



**Figura 19:** Sapato 'Maria Antonieta' de Christian Louboutin de 2009

Para o designer, equilibrar-se nuns Louboutin não é nenhum sofrimento, na medida que “há diferença entre o sofrimento e a falta de conforto. Sapatos de saltos altos não são nada como pantufas, mas dá um prazer tão grande” afirma o próprio a uma edição da revista francesa Marie Claire. (Louboutin cit in Ribeiro, 2010: 117)

O primeiro Louboutin surge em 1992, intitulado de “Love Shoe” (figura 18) em homenagem à Princesa Diana de Gales. O design de Christian Louboutin manifesta o desejo de acentuar a função-signo (Eco, 1990) do sapato, assumindo o papel do julgamento estético que devolve às mulheres o direito a serem únicas. “Alguns sapatos do criador são consideradas autênticas preciosidades, sendo alvo de colecções de museu, como aconteceu com os sapatos em homenagem a Maria Antonieta, onde foram produzidos apenas 36 pares.” (Ribeiro, 2010: 117).

### 3.2. Estudo de Caso: Salvatore Ferragamo



**Figura 20:** Salvatore Ferragamo

Salvatore Ferragamo nasceu em 1898 na cidade de Nápoles, em Itália sendo o décimo primeiro filho de 14 irmãos. “Ferragamo tinha apenas 9 anos de idade quando realizou os primeiros sapatos para a celebração da primeira comunhão das suas irmãs e começou a aprender esta arte aos 11 anos, abrindo rapidamente uma loja em casa dos seus pais com apenas 14 anos.” (Ribeiro 2010: 94).

Ferragamo imigrou cedo para os Estados Unidos, onde ganhou bastante protagonismo em Hollywood, distinguindo-se pelo restauro e pela criação de botas. Com estas botas captou a atenção de realizadores de cinema que decidiram introduzi-las nas cenas de filmes, ficando assim conhecidas como botas cowboy. “Deste modo, Salvatore Ferragamo ficou famoso entre as actrizes como sendo o criador de sapatos produzidos à mão.” (Ribeiro 2010: 95)

Mais tarde, Salvatore Ferragamo decide estudar anatomia na Universidade da Carolina do Sul, para perceber como o pé apoiava no sapato. Salvatore Ferragamo queria que os seus sapatos fossem tão agradáveis à vista como no conforto e por isso deveria fortalecer o estudo da antropometria.



Em 1927 Ferragamo decide regressar a Florença, para abrir uma fábrica com uma produção manual de sapatos femininos, sedutores e confortáveis, tornando-se a primeira grande fábrica de produção manual. Salvatore Ferragamo não tinha limites, quer na imaginação, quer na utilização de novos materiais aplicados ao calçado. “Foi pioneiro na utilização da cortiça para a produção de cunhas, onde obteve lindas sandálias durante o período da segunda grande guerra.” (Ribeiro 2010:95).



**Figura 21:** Salvatore Ferragamo com a actriz Audrey Hepburn

Nos anos 40 casa-se com Wanda Ferragamo que viria a ser a futura criativa e a sua sucessora na empresa, depois da sua morte. Salvatore Ferragamo sempre se mostrou bastante inovador e em 1947 criou o chamado ‘sapato invisível’ produzido com fios de nylon e uma cunha de camurça.



**Figura 22:** Sapato invisível de Salvatore Ferragamo, 1947

Nos anos 50 a casa Ferragamo desenvolveu um projecto que se torna uma referência para esta investigação, nomeadamente quando desenvolve entre 1955 e 1955, a sandália 'Sophia'. Segundo a revista Zootmagazine<sup>1</sup>, tratava-se de uma Sandália concebida em fio de ouro miúdo, com a técnica de Tavarnelle<sup>2</sup> bordada com vidro veneziano. O sapato apresenta anda um salto agulha.



**Figura 23:** Sandália 'Sophia' de Salvatore Ferragamo. (1955-1956).

<sup>1</sup> <http://www.zootmagazine.com/2010/11/04/ferragamos-creations-reissued/> (acedido a 5 de Dezembro de 2012).

<sup>2</sup> Tavarnelle é uma localidade italiana da região da Toscana com centros de produção de bordados, designados de bordados de "Merletto di Tavarnelle". Esta técnica de artesanato toscano era muito admirado por Salvatore Ferragamo.

Este modelo, emprega uma nova variação das rendas de Tavarnelle, criado entre 1955 e 1956 para a atriz Sofia Loren no lançamento de uma nova coleção de sapatos da Ferragamo no Grand Hotel, em Roma.

Salvatore Ferragamo deixa-nos uma frase para ser tida em conta futuramente “Sinto-me muito feliz por ter transformado a humildade arte de sapateiro numa actividade respeitável” (Cit salvatore Ferragamo in Ribeiro 2010: 95).



### **3.3. Considerações para a futura aplicação projectual**

As situações da conjuntura social e económica actual colocam em risco a cultura material relacionada à chinela tradicional Minhota. A extinção desta cultura material está a acontecer devido, quer à contextualização da oferta, quer à ausência de uma estratégia de colocação no mercado. Porém, ela poderá ser recuperada, com uma nova configuração, através da criação de um novo produto orientado pelo design.

Tanto o caso Christian Louboutin, como o caso Salvatore Ferragamo são referências para a presente investigação, na medida que fomentam o cruzamento entre o âmbito artesanal e o contexto industrial, direccionando a estratégia empresarial para o sector do luxo no desenvolvimento de novos produtos.

O primeiro caso destaca-se pela capacidade e mestria de caracterizar o salto agulha e a parte de baixo do sapato com a cor vermelha, assumindo esta face do sapato como um elemento importante para conotar a mulher no mundo.

O segundo caso evidencia-se pela capacidade e mestria de qualificar saberes antigos de outros âmbitos – como os bordados – construindo um transfert cultural para o âmbito dos sapatos.

Nesta fase, a investigação reúne as condições para passar a uma fase de experimentação, designadamente, na construção de um exemplar experimental do sistema de produto.

## **4. Aplicação: construção de um exemplar experimental do sistema de produto**

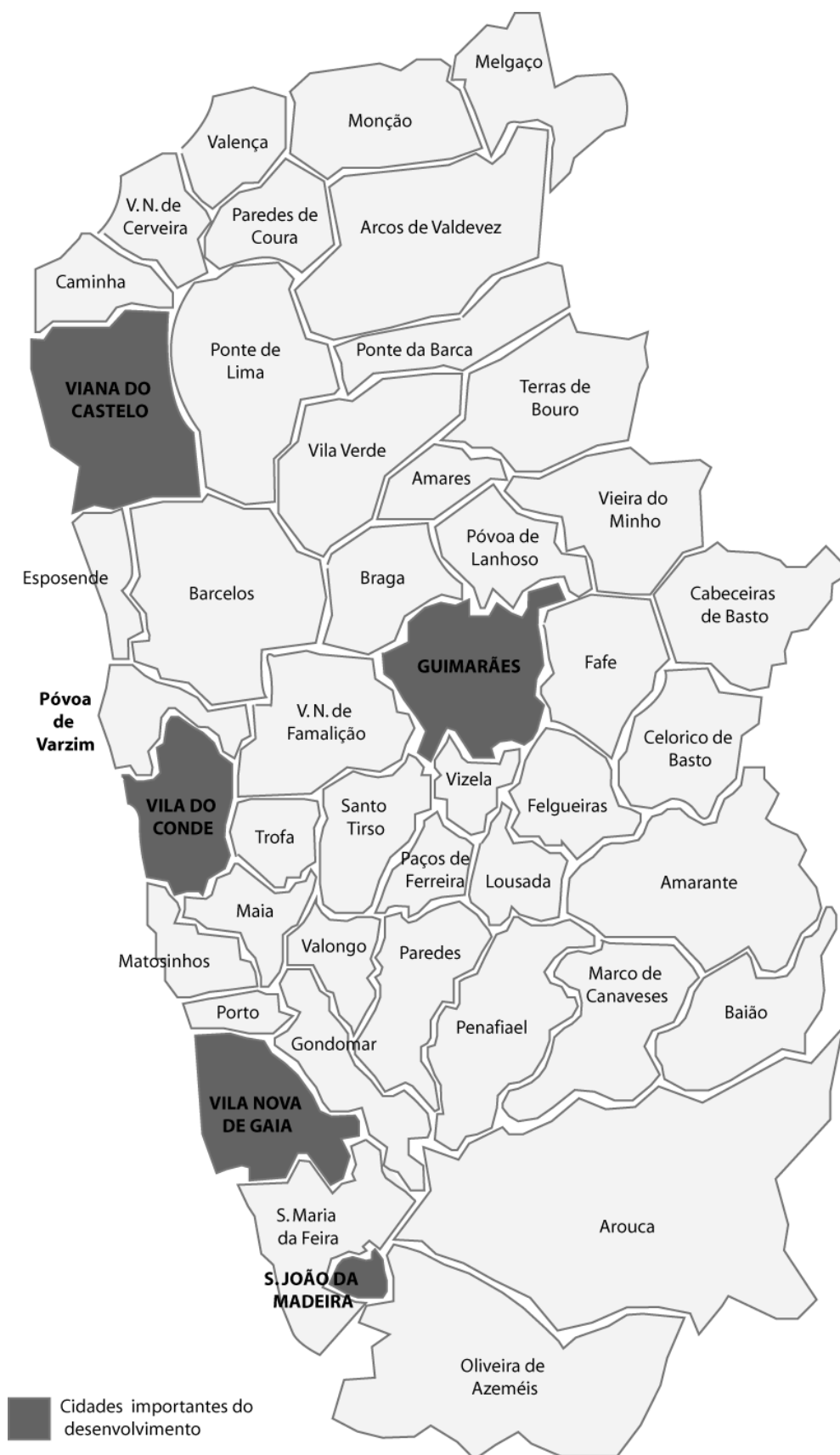
### **4.1. Diário de um projecto**

A construção de um exemplar experimental do sistema de produto implicou a escolha de um processo aberto (Cross, 2006), pronto a receber os factores externos que iam aparecendo.

Em termos produtivos o projecto de aplicação desta investigação é um organismo muito complexo, tendo em conta que o projecto final cruza o âmbito artesanal com o contexto industrial.

Deste modo, em termos metodológicos, pareceu pertinente organizar este diário por partes, para tentar avaliá-lo na sua totalidade (Soares, Pombo, Donegani, 2012) na medida que para alcançar a compreensão de um sistema conexo como um sapato constituído por partes diferentes, recorre-se à análise de cada uma das suas partes, individualmente. Como refere Christopher Alexander, “isto significa que se deve tratar a pattern com uma ‘entidade’; tentando conceber esta entidade, o inteiro e o todo, antes de se começar a criar qualquer outras patterns.” (Alexander, 1977: 464).

O andamento do projecto dependeu de deslocações realizadas entre Viana do Castelo, Guimarães, Vila do Conde, Vila Nova de Gaia e Santa Maria da Feira, em carro próprio. Em termos geográficos, verifica-se a importância da história do lugar na definição das partes que constituem o projecto: a parte artesanal em Viana do Castelo, a parte industrial na zona do grande Porto, a parte de investigação no Politécnico de Viana do Castelo. Parece ainda fundamental, reforçar que o processo de construção desta dissertação é misto, cruzado e sem hierarquias. O projeto foi sendo construído e definido à medida que se ia tendo uma reação por parte de todos os intervenientes de modo direto e/ou indireto. A ligação com futuros parceiros sustenta a base da investigação desta tese. Este percurso começou em Janeiro tendo-se prolongado até ao momento presente.



**Gráfico 3:** Principais Pontos de deslocação realizada ao longo da investigação

## 4.2. Primeira Parte: contactos com possíveis colaboradores de entidades do âmbito artesanal

### 4.2.1. Relacionamento com o artesão Samuel Carvalhosa em Viana do Castelo

No dia **3 de Janeiro** surge a primeira possibilidade de falar com um artesão, nomeadamente, com Samuel Carvalhosa, um dos artesãos de chinelas artesanais de Viana do Castelo. Este contacto surge no âmbito da disciplina de Morfologia dos Componentes que funcionou como uma pré-preparação para a tese. Inicialmente o contacto não foi fácil, pois o artesão demonstrou ser uma pessoa com algumas barreiras comunicacionais relativamente ao contacto com as pessoas que demonstram interesse no seu trabalho,<sup>1</sup> mas que aos poucos estes constrangimentos foram sendo ultrapassadas.

Neste encontro foi realizada a entrevista que serve de suporte a esta investigação e que relata uma experiência de vida dedicada a uma parte importantíssima da cultura popular minhota: a chinela. Samuel Carvalhosa aprendeu a arte das chinelas artesanais com o pai e o avô. Actualmente ele trabalha como sapateiro de restauro, embora o que lhe confere o gozo da profissão sejam as chinelas tradicionais.

No final da conversa, Samuel Carvalhosa emprestou um livro que relata a coleção do Museu do Traje em Viana do Castelo, funcionando como a primeira abordagem ao âmbito da chinela vianense enquanto elemento representativo da cultura material do Minho.

<sup>1</sup> Ver ponto 1.3. Estudo de caso: Samuel Carvalhosa desta investigação que explica esta afirmação.



**Figura 24:** Interior de loja/ Ateliê exposição temporária

A **7 de Julho** foi realizado uma visita ao ateliê/loja do artesão, para entender se havia disponibilidade de sua parte para ajudar na produção do corte, com um bordado personalizado. Foi-lhe, também, devolvido o livro pessoal do Museu do Traje. No decorrer da conversa foi-lhe solicitado um molde bidimensional em papel, a fim de entender como é realizado o corte e as suas dimensões. Este corte era específico das suas formas. Em diálogo acerca da certificação do bordado, Samuel Carvalho teve a cortesia de oferecer um livro que relata a história do bordado e as suas diversas especificações: O 'Caderno de Especificações do Bordado de Viana do Castelo'.

No dia **15 de Novembro** realizou-se uma deslocação ao ateliê de Samuel Carvalho com o objetivo de produzir uma entrevista gravada para ser usada como referência ao longo do texto da tese. A conversa foi longa, pois agora o artesão já se sentia mais disponível e à vontade para falar sem constrangimentos sobre o seu trabalho.



**Figura 25:** Maria Morim e Samuel Carvalhosa: colagem das compensações e pequenos ajustes na pata e na palmilha

Ao longo da entrevista, o artesão deixou transparecer o descontentamento com a conjuntura económica, que se faz atravessar atualmente. No final da entrevista as formas para o protótipo foram apresentadas ao artesão com o objectivo de lhe pedir que participasse na produção de um molde em papel para começar a produzir desenhos de bordados possíveis para o corte. Samuel Carvalhosa imediatamente tirou o modelo da forma, e explicou como se fazem as margens de segurança, que se devem ter em conta, para se poder coser posteriormente.

A **27 de Novembro** foi realizada uma visita ao ateliê de Samuel Carvalhosa para entender se seria possível a produção dos bordados que tinham sido idealizados em esquiço. Após uma troca de ideias, sobre quais seriam mais adequados sem correr o risco de perder de identidade quer dos bordados, quer da chinela. Foram seleccionadas duas propostas.

Na altura, encontrava-se no ateliê uma das bordadeiras, a sua esposa, que se torna uma opinião fundamental na decisão da escolha do bordado. A bordadeira aponta pormenores técnicos e produtivos sobre o bordado seleccionado, pronunciando muito positiva e satisfeita com as propostas idealizadas.



A **1 de Dezembro**, foi marcado novo encontro no ateliê de Samuel Carvalhosa a fim de visualizar a possibilidade de um corte velho, tal como a Engenheira Dulce Cardoso tinha sugerido. Porém, o artesão entendeu este corte velho como um desperdício de material. Colocou as patas e colou-as às palmilhas, ajustando e lixando, a fim de obter uma superfície uniforme e única, para que depois, na montagem a pata não se tornasse visível. No final, foi solicitado amostras das peles a serem usadas para, dentro do possível, a Engenheira Dulce Cardoso da empresa Jobel, percebesse o que se pretendia.

A **23 de Janeiro**, é realizada uma nova visita ao ateliê de Samuel Carvalhosa, desta vez com todos os componentes industriais desenvolvidos: as solas gravadas a laser, os saltos em forma de coração e as respetivas capas.

Começámos então por fazer os modelos 3D da forma em papel e, posteriormente, realizaram-se os respetivos cortes na pele, sempre sob a vigilância de Samuel Carvalhosa. Ao longo da montagem existiu sempre uma troca de ideias sobre os materiais mais adequados, as cores e os acabamentos, pois só desta forma podíamos obter um modelo que de uma forma ou de outra fosse agradável a ambas as partes.

Mais tarde montámos a calcanheira, sendo esta encarada pelo próprio artesão como um estudo. Foi necessário o chamado desbaste da pele para fazer a vira perfeita e sem excessos de material.



**Figura 26:** Da esquerda para a direita: Samuel e Fátima Carvalhosa realizando as viras. Samuel a desbastar a pele no corte



A sua esposa, Fátima Carvalhosa, foi um elemento fulcral, pois apenas ela tem a destreza manual necessária com a máquina de costura, para a execução de algumas costuras no modelo pretendido. Segue-se o corte e o respetivo desenho do bordado na parte frontal do protótipo. Para isso, foi necessário fazer primeiramente um estudo em papel á escala real, e só depois se desenhou na pele, com um lápis apropriado para o efeito. Recentemente, o artesão tinha tomado conhecimento que as primeiras chinelas eram bordadas à máquina pelas designadas cravadeiras, surgindo a ideia de fazer a estrutura do bordado à máquina e o respetivo enchimento à mão. Assim, chegámos ao objectivo pretendido, à sua origem.

A irmã do artesão realizou o enchimento do bordado tal como se tinha pensado e desenhado, revelando a destreza manual desta bordadeira e a capacidade de se adaptar a novos desenhos.



**Figura 27:** Corte frontal do sapato planificado e devidamente bordado

Dia **24 de Janeiro**, após uma reflexão acerca de uma possível gravação na palmilha, surge a necessidade de encontrar uma forma de bordar o nome na pele fornecida pelo artesão. Depois de uma troca de informação com pessoas do âmbito, chegámos até uma fábrica de bordados à máquina: a Criatex localizada na Vila de Aver-o-mar, pertencente ao concelho de Póvoa de Varzim. Para que o grafismo da letra escolhida fosse mantido, foi necessário abrir um novo cunho, cujo o custo foi de 25 €

Dia **25 de Janeiro** o início do dia ficou marcado com a deslocação à Criatex para o levantamento do bordado. Porém, o bordado revelava um grave erro por parte da confecção, que gravara o número do sapato em conjunto com o nome, pois esta ideia não tinha sido solicitada, no entanto foi aceite pois não disponha de mais pele para realizar um novo bordado.

O início da tarde foi passado no ateliê de Samuel Carvalhosa com intuito de finalizar o protótipo. Realizou-se parte da montagem propriamente dita. Após o bordado realizado, foi possível montar a parte frontal do sapato. Foi necessário um conjunto de operações para que o corte ficasse devidamente centrado, posteriormente, este foi pregado à forma e ao mesmo tempo ajustado.

Primeiramente, pregou-se o verniz, utilizando-o como forro. Logo de seguida, colocou-se a testeira com o intuito de fornecer firmeza à forma e à cola de contacto. Só depois foi possível colocar a camurça vermelha no seu devido lugar, com a ajuda de vários pregos. Após este processo, foi necessário o tempo de secagem, para que posteriormente a forma do sapato não fosse colocada em causa. Perante este facto, Samuel Carvalhosa sugeriu que no dia seguinte se continuasse com o trabalho, assim o processo de secagem era realizado com bastante tempo, o que seria muito positivo para o trabalho.



Figura 28: Montagem dos Sapatos: Maria's

No dia **26 de Janeiro** o seguimento do trabalho do dia anterior ficou marcado pela finalização do modelo. Inicialmente, retiraram-se todos os pregos e os excedentes de pele de forma a uniformizar a base, para esta desempenhar uma boa colagem com a sola. Após a realização desta operação, colocou-se mais uma vez cola na forma e na sola. Depois de um breve período de secagem as partes foram unidas. Entretanto forraram-se os saltos com a devida camurça que tinha sido cortada anteriormente, aplicando-se as capas com três pregos. Este processo foi muito cuidadoso, pois o senhor Luís Fonseca, funcionário da Jobel, alertou para o facto da resina não ser muito resistente, o que exigia baste cuidado neste processo. Para finalizar o processo foi retirada a forma do interior dos sapatos. Posteriormente, foi colocada a palmilha devidamente bordada, a fim de obter o acabamento final.



**Figura 29:** Colagem dos sapatos: Maria's

Depois do processo de montagem estar concluído foi retirada a película protetora da sola e colocado um spray impermeabilizante incolor, conferindo à pele um acabamento um pouco mais brilhante. Após este processo foi colocado o fio em camurça preta na calcanheira e fim de finalizar o feitiço desejado na calcanheira. O fio foi colocado em zig zag com o propósito de se assimilar ao fecho dos corpetes do trajes Vianenses. No final surge a necessidade de colocar elementos em metal a fim de eliminar o mau acabamento provocado pelo fio nas suas extremidades. Estes objectos foram adquiridos numa retrosaria em Viana do Castelo, e tiveram um custo total de 6,50€.



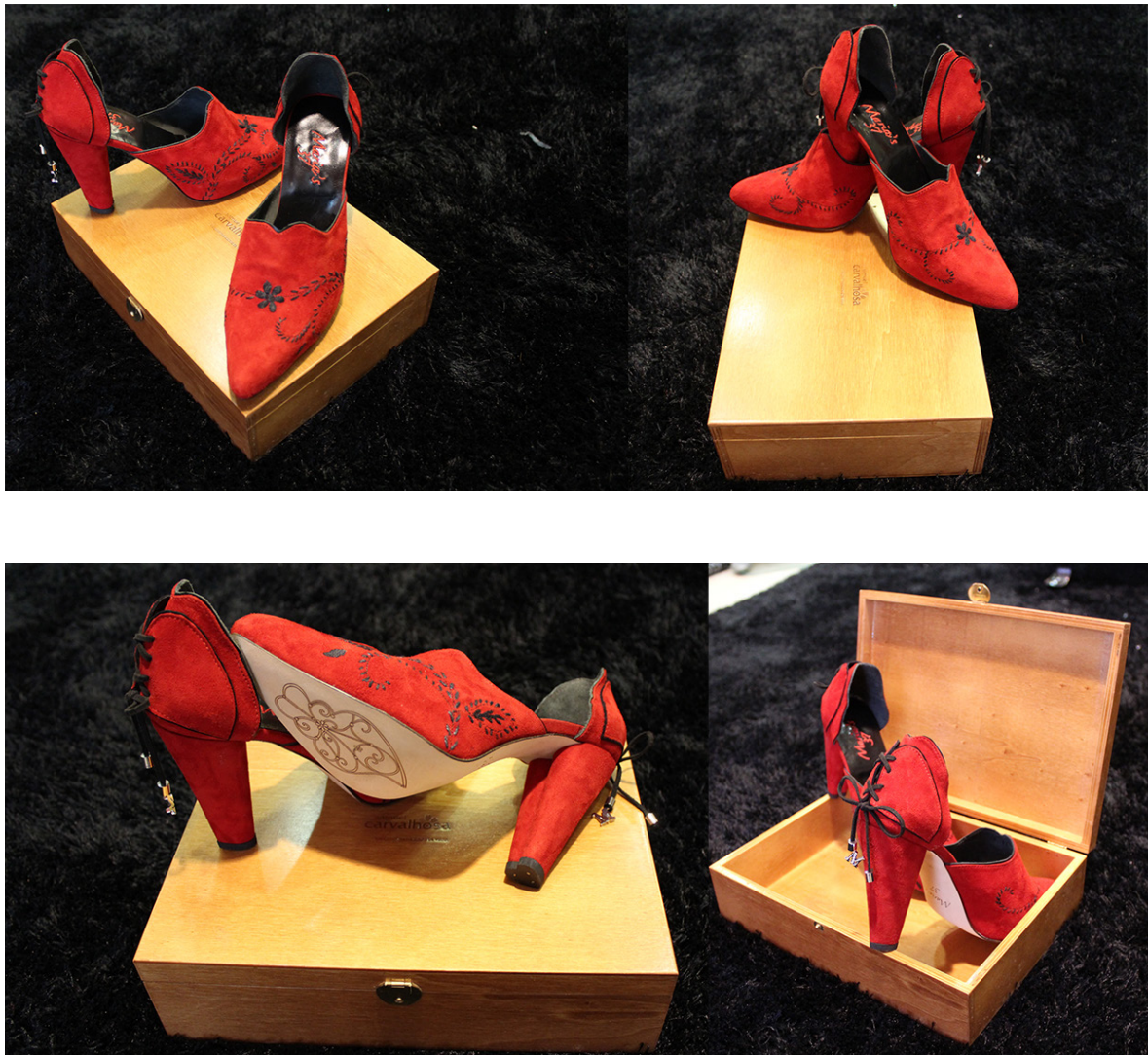


Figura 30: Primeiro modelo Maria's finalizado

Dia **2 de Fevereiro** o encontro no ateliê de Samuel Carvalhosa teve a finalidade de realizar a finalização do segundo modelo. Quando chegado ao ateliê, verificou-se que não estava concluído o segundo modelo do projecto Maria's. Assim sendo foi possível alterar alguns pormenores do bordado que entretanto foram surgindo. No final em conversa com o artesão fez-se um orçamento para o projecto. O valor foi pretendido pelo artesão é cerca de 150€. Os pormenores do orçamento pode ser consultado em anexo.

No dia **9 de Fevereiro**, nova visita ao ateliê de Samuel Carvalhosa, para verificar em que ponto se encontrava a produção. Verificou-se que o artesão já disponha do bordado desejado, apenas verificou-se a possibilidade da colação de lentejolas e respetivo vidrilho no centro, a fazer a terminação. Com esta tarefa concluída começou a realizar a montagem do segundo modelo.

Dia **15 de Fevereiro** novo encontro com o artesão Samuel Carvalhosa. Nesta visita foi possível visualizar o segundo protótipo, ainda não finalizado. Nesta visita o artesão sugeriu a elaboração de uma embalagem. Chegamos em conjunto a conclusão que o produto necessitava de um envolvimento em veludo, com um fio e algumas aplicações para realizar o fecho. Desde logo surgiu a ideia de bordar a marca, uma vez que já disponhamos do cunho realizado em parceria com a Criatex.

Dia **23 de Fevereiro** já com a embalagem realizada desloquei-me a loja do artesão a fim de trazer o segundo modelo e demonstrar a embalagem que em conjunto idealizamos. O parecer foi positivo o que desde logo de transmitiu ânimo para continuar.

## 4.2.2. Encontro com Machado Shoes em Vila do Conde

No dia **28 de Janeiro** realizou-se uma visita ao atelier Machado Shoes em Vila do Conde. Estabeleceu-se um contacto com o artesão de Vila do Conde, José Machado, que se dedica à produção de calçado artesanal, tendo como objectivo passar para os seus sapatos uma alma única que, de certa forma, o retratasse.

No seu trabalho é representado um pouco daquilo que é hoje o seu hobby, ou seja, o teatro. Para José Machado, uns Machado são dirigidos a “alguém que quer ter os pés no chão e o coração nas nuvens”, como afirma o artesão na Revista Negócios e Franchising de Março e Abril de 2011.<sup>1</sup> Os seus produtos são vendidos em lojas do âmbito, mas também através de blogues. José Machado trabalha, igualmente, por encomenda, mas não é o canal que o artesão que prefere.

José Machado detém um grande saber sobre esta cultura do fazer pois é descendente de família de sapateiros, com os quais aprendeu a arte. O seu gosto pelo sapatos foi crescendo ao com a sua idade, tendo enveredado mais tarde pelo profissionalmente numa fábrica de sapatos em Leiria na qual aprendeu muitas das técnicas que hoje aplica no seu trabalho. Ao longo da conversa José Machado afirmou que as indústrias do calçado em Portugal possuem pés de barro e que a qualquer momento se podem quebrar, deixando entender que esta indústria não detém uma base histórica.

A **3 de Fevereiro** foi enviado um e-mail a José Machado a solicitar uma entrevista para entender o processo produtivo dos componentes do calçado, mas não foi obtida uma resposta.

<sup>1</sup> Afirmação na revista Negócios e franchising disponível em <http://ecosdooficio.blogspot.pt/p/imprensa.html> (Acedido a 27 de dezembro de 2012)



**Figura 31:** José Machado na revista “Negócios e Franchising”

No dia **20 de Julho** estabeleceu-se novo encontro com José Machado, agendado anteriormente por e-mail, para entender a disponibilidade do artesão para entrar no processo do protótipo final. Foi realizada uma conversa para perceber se era possível, de um ponto de vista estratégico e produtivo, aproveitar o conhecimento do artesão José Machado enquanto elemento que liga todo o projeto.

Em termos produtivos a resposta positiva não foi imediata, pois o produto que se pretendia desenvolver, não corresponde aos ideais do artesão que acredita na produção total do sapato de modo artesanal. Ultrapassada esta barreira, foi colocada um outro constrangimento, desta vez do ponto de vista financeiro, uma vez que José Machado entende que o curso de Mestrado ou a Instituição (IPVC) devem suportar os custos de mão de obra do projecto.





**Figura 32:** Primeira abordagem à forma por parte do artesão José Machado: estudos tridimensionais da forma

A **20 de Novembro** há uma nova deslocação à oficina de José Machado com os desenhos finais mais definidos. Pretende-se a entender se existem restrições na produção, tendo em conta conhecimento, já muito aperfeiçoado, do sapateiro. Com um processo de trocas de ideias, chega-se a um resultado bastante agradável, do ponto de vista estético. Embora, do ponto de vista construtivo, José Machado tenha encontrado alguns constrangimentos, que na sua opinião serão ultrapassados com alguma técnica. Devido ao trabalho excessivo na época de Natal, José Machado poderia pegar no protótipo apenas no final do ano, ficando combinado o envio de um orçamento, tendo em conta a tipologia de projeto.

No dia **26 de Novembro** é recebido um e-mail do sapateiro José Machado, a orçamentar o seu trabalho em 250€, reforçando que apenas poderia desenvolver o protótipo no início de Janeiro do próximo ano.

A **3 de Dezembro**, é enviado um email a José Machado, com o objectivo de negociar o preço elevado, pois agora possuíamos alguns materiais e componentes que no encontro anterior não foram tidos em conta. Estes dados novos surgem do relacionamento e do feedback com a fábrica Jobel.

No dia **8 de Dezembro**, em conjunto com a orientadora desta investigação, a hipótese de trabalhar com o artesão José Machado é excluída do processo da tese, não só porque o artesão só consegue trabalhar no protótipo em Janeiro, mas também porque o valor pretendido pelo trabalho é considerado elevado. Paralelamente, surge a hipótese deste trabalho de ligar as partes ser realizado pelo artesão Samuel Carvalhosa.

### 4.2.3. Encontro com o designer/artesão José Albino em Viana do Castelo

No dia **1 de Outubro** foi estabelecido um encontro com o designer do Produto (IPVC)/artesão José Albino, a fim de discutir pormenores produtivos, a forma e os materiais a aplicar no salto do sapato. Chegámos à conclusão que a forma pretendida seria bastante complicada de produzir no torno e que talvez o material mais adequado fosse o pinho devido à sua dureza. A possibilidade de produzir dois iguais, seria igualmente difícil, pois tratava-se de um trabalho manual, muito minucioso com pouco controlo. Perante estes factos, o designer/artesão disponibilizou-se a fazer uma tentativa. Para facilitar o processo em termos de escalas e dimensões, disponibilizei uns modelos cedidos pela Jobel em conjunto com os esboços.

A **13 de Outubro** estabeleceu-se um contacto telefónico com o designer/artesão José Albino com intenção de perceber de que forma o salto estava a ser conseguido produzir, tal se tinha pensado. A resposta foi negativa, no sentido que não havia a possibilidade ser igual, colocando a sua segurança em causa, visto se tratar de um salto alto com pouca largura. Como a sua estabilidade era posta em causa, José Albino sugeriu a possibilidade de encontrar um salto maciço produzido industrialmente e que pudesse ser esculpido.

No dia **14 de Outubro** foi realizada uma ida a um sapateiro de restauro de sapatos, com atendimento ao público, com o intuito de encontrar uns saltos que encaixassem na forma, e que fossem maciços para o designer José Albino, conseguir esculpir até obter a forma pretendida. A principal dificuldade é que estes sapateiros já não comprem saltos de madeira, devido ao peso que eles possuem e à sua débil resistência quando aplicados em saltos altos. A alternativa foi comprar uns saltos industriais de plástico, porque o designer Albino, tinha referido que à partida conseguiria trabalhar este plástico. Estes saltos tiveram um custo de 3,50€.

A **21 de Novembro**, tendo em conta que havia a possibilidade de realizar o salto na empresa Jobel, foi realizado um novo telefonema ao designer/artesão José Albino para entender como o salto estava a ser desenvolvido. A resposta foi negativa, pois o artesão/designer não tinha encontrado um salto no qual conseguisse obter a forma pretendida, e a maior dificuldade apontada, seria mesmo obter um outro igual. Nesta altura o ponto de saída poderia ser apenas a fábrica Jobel.

### **4.3. Segunda fase: contactos com possíveis colaboradores de entidades do âmbito industrial**

#### **4.3.1. Relacionamento com a Jobel e a Sopalmilhas em Vila Nova de Gaia**

A primeira aproximação com o âmbito industrial aconteceu ainda no âmbito da unidade curricular de Morfologia dos Componentes, em que se estabeleceu contacto via email, desta vez com uma fábrica de componentes para calçado em Vila Nova de Gaia: a Jobel.

Mais tarde, no dia **14 de Março de 2012**, já no processo desta investigação, foi realizada uma visita às instalações da Jobel, com vista a entender a sua disponibilidade para ser parte integrante do projecto (que mais tarde viria a ser desenvolvido). A resposta foi imediata e positiva, mas o contacto ficou, temporariamente, suspenso por razões esclarecidas mais tarde via email.

O contato na Jobel, responsável de prosseguir como parceiro desta investigação, a Engenheira Dulce Cardoso, tinha se ausentado da fábrica, por motivos de licença de maternidade. A ligação com a Jobel prosseguiu com outra pessoa e este constrangimento foi encarado como uma oportunidade para conhecer outros elementos da empresa e não como um problema que impedia o desenvolvimento do projecto.

No dia **9 Junho de 2012** foi realizada uma visita à Jobel em Vila Nova de Gaia. A recepção foi realizada pela gestora da empresa, Dr<sup>a</sup> Cândida Cardoso, que se demonstrou com pouco tempo para uma visita pois, naquele período, a Jobel encontrava-se numa época de desenvolvimento de coleções para os seus clientes. Este constrangimento foi interpretado como uma característica da dinâmica da empresa, que se revelou fundamental ao longo da ligação com este estudo.



**Figura 33:** Senhor Luís Fonseca, demonstrando as suas formas

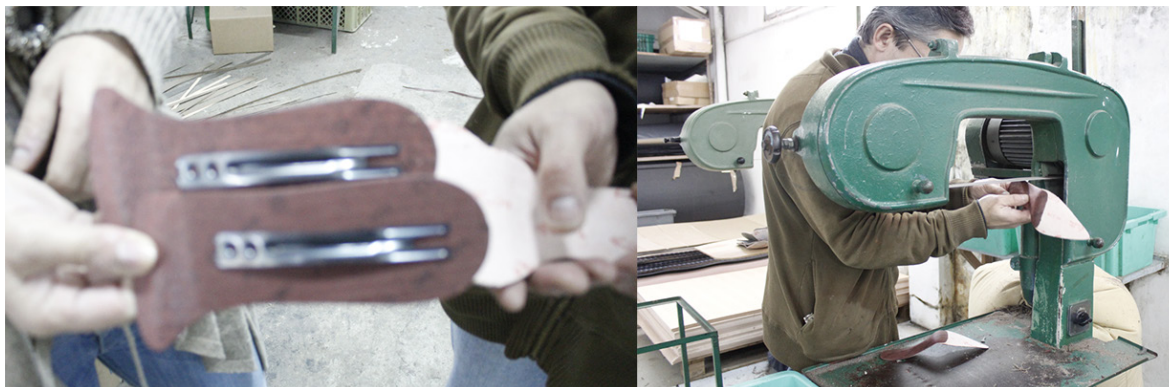
Assim, a Dr<sup>a</sup> Cândida Cardoso demonstrou-se inteiramente disponível para colaborar no trabalho, descrevendo uma breve história da fábrica e revelando os sucessivos alargamentos da linha de produção. Ao longo da conversa, a Dr<sup>a</sup> Cândida Cardoso esclareceu quais os materiais que a Jobel trabalha e quais as forma destes serem manuseados e trabalhados. Posteriormente, proporcionou-se a visita à linha de produção, onde o responsável pela prototipagem rápida, senhor Luís Fonseca demonstrava os seus últimos estudos com um grande entusiasmo.

A **21 de Novembro** foi recepcionado um email por parte da fábrica Jobel, que referenciava que o seu modelador, de seu nome Odílio, se disponibilizava para uma conversa sobre a produção do protótipo, com o objectivo de entender que tipo de ajuda necessitava. Assim sendo, foi enviado um email à fábrica, confirmando a viagem a Jobel.

No dia **22 de Novembro** a visita na Jobel foi orientada pelo Sr. Odílio, responsável pelo sector de modelação. Depois de se explicitar o pretendido, o primeiro passo foi encontrar, dentro da gama de saltos da fábrica, um salto que encaixasse perfeitamente na nossa forma. O Sr. Odílio chamou a atenção para o facto de que cada forma tem o seu próprio encaixe. No decorrer da conversa, identificou-se ainda um problema maior: encontrar a palmilha. Na fábrica existiam ainda algumas palmilhas dos seus clientes. Porém, mas nenhuma das palmilhas tinha um bom encaixe na forma. Este facto exigiu um outro contacto, pois sem palmilha a criação do protótipo do sapato não se concretizaria. Assim, o Sr. Odílio aconselhou a fazer tudo a medida, pois seria o mais correcto e só assim poderíamos ter um bom protótipo. Mas, para que tal fosse possível era necessário uma autorização dos seus superiores. O responsável pela modelação, forneceu um contacto de uma empresa, relativa mente perto da fábrica e com a qual a Jobel possui boas



relações profissionais. O passo seguinte foi procurar a empresa Sopalmilhas, utilizando as indicações que o senhor Odílio tinha fornecido.



**Figura 34:** Senhor Belmiro a produzir as palmilhas

A chegada à Sopalmilhas, uma empresa muito pequena, sem qualquer tipo de identificação exterior, foi marcada pela recepção por parte da responsável pela fábrica, Sra. Anabela. Foi-lhe explicado o projecto e o objectivo, frisando o contacto existente com a Jobel, e que era pretendido umas palmilhas para as formas que lhe foram apresentadas. A resposta foi imediata e muito acessível e se seguida se passou para a parte de produção.

Foi ainda solicitado ao senhor Belmiro, responsável pela modelação, umas palmilhas para a nossa forma. O senhor começou logo por fazer a planta da palmilha em papel, passando para o corte.

Entretanto, fui aconselhada esperar no escritório, enquanto se falava com o Sra. Anabela acerca da empresa. Um pouco depois, acompanhou-se de perto a produção das palmilhas, uma oportunidade de ver a alma do sapato, a colagem e os acabamentos. A Sopalmilhas produziu as palmilhas em cerca de vinte minutos, e não cobrou qualquer custo pela sua produção. Por fim existiu uma troca de contactos.

O regresso à Jobel foi feito ainda na parte da manhã, para entregar as formas e as palmilhas para a produção do salto. Estabeleceu-se um novo contacto com a Engenheira Dulce Cardoso, herdeira da fábrica, e uma vez mais com o senhor Odílio que, de uma forma sucinta, lhe explicou o que se pretendia com este projecto académico e de desenvolvimento.



**Figura 35:** Maria's em formas em produção: formas SIACO e palmilhas

Foi ainda pedido à Engenheira Dulce Cardoso se, de um ponto de vista empresarial, era possível produzir uma pata, a sola e o salto à medida.

O parecer foi positivo uma vez que, na opinião da Engenheira Dulce Cardoso, para a Jobel era um desafio e uma oportunidade abraçar um projecto académico, encarando a mudança com inovação. A engenheira Dulce Cardoso, ficou com as formas e prometeu enviar um email, quando tivessem notícias.

No dia **22 de Novembro** foi enviado um e-mail às empresas Jobel e Sopalmilhas, fornecendo quer os contactos pessoais da mestrande, quer agradecendo, uma vez mais, pela forma como o processo estava a decorrer.

A **27 de Novembro** chegou um e-mail por parte da fábrica Jobel, a informar que as amostras já se encontravam disponíveis para levantamento. Foi enviada uma resposta a confirmar o levantamento das amostras ainda no próprio dia. No final da tarde, realiza-se nova visita à fábrica de Vila Nova de Gaia, para trazer as formas e os respetivos componentes a entregar, posteriormente, a Samuel Carvalhosa para a produção do corte. Já na fábrica foi entregue apenas uma forma e as respetivas patas. Segundo a Engenheira Dulce Cardoso, seria benéfico para o artesão produzir um corte com uma pele velha semelhante à final, a fim de perceber o que seria necessário em termos de altura para o salto e para a sola.

No dia **3 Dezembro**, tal como o combinado no dia anterior, houve um encontro às 8:30 horas na fábrica Jobel com a Engenheira Dulce Cardoso. Foram apresentadas as formas com as respetivas patas coladas e com as amostras das peles que serão usadas. A satisfação, por parte da Engenheira Dulce Cardoso, não foi a maior, porque não era o corte velho sugerido.



Mas, rapidamente o entusiasmo voltou. Foram trocadas ideias acerca da cor que poderia ter a sola, e qual o melhor tipo de sola para um bom acabamento. Transmitiu-se a possibilidade da sola deixar a marca do coração de Viana do Castelo.

Assim, foram colocadas duas possibilidades:

1. A sola seria produzida em positivo, o que não ficaria esteticamente muito agradável;

2. A sola seria produzida ou em negativo, o que seria mais agradável. Mas de um ponto de vista técnico, não seria exequível em sola tradicional.

Para uma prestativa técnica, a Engenheira Dulce Cardoso solicitou a ajuda do responsável de prototipagem rápida, o senhor Luís Fonseca. Colocou-se na mesa a possibilidade da criação do coração com os motivos de filigrana a serem injetados em TPU<sup>1</sup> e enunciaram-se alguns pontos estratégicos para o desenvolvimento do projecto.

Assim, foram enunciadas três ações:

1. A definição final do efeito filigranado podia não ser a pretendida.

2. Alertou-se para a forma do salto não ter saída num molde, mas rapidamente se solucionou com a possibilidade dele ser produzido em duas metades. Desta forma, o salto teria de ser colado e posteriormente forrado, pois devido a colagem e material utilizado não teria um acabamento agradável.

3. Foi equacionada a possibilidade de gravar o nome do protótipo a laser, ficando acordado de colocar o nome do projecto – Maria's e o respetivo número.

1 Sola de TPU e poliuretano injectado directamente no corte. Resistente ao calor

O projecto de investigação desta tese de Mestrado estava a ser encarado como uma experiência para a própria Jobel, pois seria um teste experimental que, até à data, não tinha sido realizado.

Quando toda esta parte estivesse terminada, seria enviado um email acerca do estado do projecto.

A **18 de Janeiro**, é realizado um novo contacto com a Sopalmilhas afim de possibilitar um novo desenvolvimento de um segundo protótipo para perceber os custos de produção, com vista a uma possível comercialização.

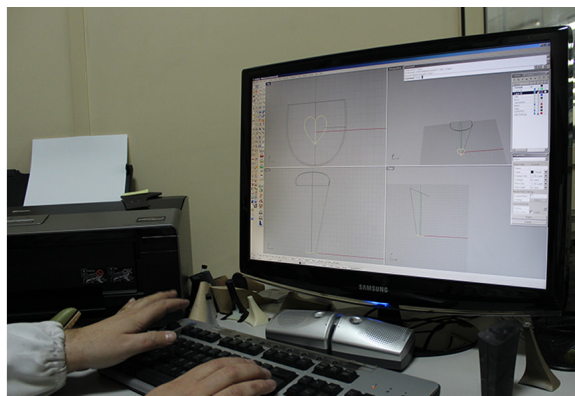
No final da produção das novas palmilhas, foi solicitado à senhora Ana Maria um orçamento para averiguar os custos da produção. O preço final das palmilhas foi cerca de 0,97€ o par.<sup>1</sup>

Logo de seguida, houve nova deslocação à Jobel, com vista a realizar um encontro pré programado, pois seria o dia em que a equipa de trabalho da fábrica se dedicaria à produção personalizada do salto e da sola. Inicialmente foram chamadas à sala de reuniões as pessoas envolvidas diretamente no projecto: a Engenheira Dulce Cardoso, o Sr. Odílio, responsável pelas solas, e o senhor Luís Fonseca, responsável pela prototipagem.

O projecto arrancou pelo salto a ser modelado no programa Rinoceros, com a técnica e o conhecimento adquirido ao longo de dez anos de trabalho do Sr. Luís Fonseca. Depois, iniciou-se o processo de medir a forma, obtendo o modelo da forma em três dimensões, para entender o cambré<sup>2</sup> da forma, pois apenas com este passo seria possível começar a modelar o salto.

1 O orçamento da Sopalmilhas pode ser consultado em anexo

2 Local onde o salto vai encaixar devidamente.



**Figura 36:** Modelação dos saltos no gabinete do senhor Luís Fonseca

A troca de ideias foi surgindo a fim de obter a forma tal como tinha sido idealizada. Neste processo, o Sr. Luís Fonseca deixou que o desenho do coração fosse da responsabilidade total da designer. Este desenho foi digitalizado e imediatamente colocado no software Rhinoceros. Após este processo de reflexão, foi elaborado um primeiro teste na CNC em madeira para perceber se este era realmente o que se pretendia. O resultado foi o desejado, embora gostássemos que o salto fosse um pouco mais fino. O senhor Luís Fonseca alertou para o facto da resina proporcionar um modelo final não muito resistente, colocando essa opção de lado. Assim sendo o modelo foi reproduzido em resina três vezes, para excluir algum imprevisto que o material poderia causar na montagem.



**Figura 37:** Modelação dos saltos, primeiro teste em madeira

Mais tarde trocámos alguma impressões sobre o desenho que seria gravado a laser na sola. Visualizámos algumas imagens na internet e encontrámos uma que poderia corresponder às nossas expectativas. Porém, para que o laser gravasse devidamente era necessário uma vectorização. Este trabalho foi assumido imediatamente pela designer, enviando-o atempadamente por email.

No final, por ser fim-de-semana e existirem muitas encomendas que necessitavam de sair, marcámos um dia que fosse mais conveniente para ambas as partes.

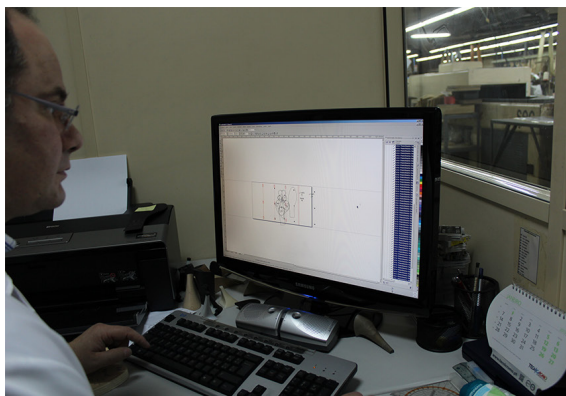
**Dia 21 de Janeiro** marca o regresso à Jobel a fim de terminar todo o processo iniciado no dia 18 de Janeiro. Enquanto o Sr. Luís Fonseca iniciava o processo do desenho, utilizando o Vector para o laser, o Sr. Odílio demonstrava todo o processo manual que exige a modelação de uma nova sola: desde a tiragem do modelo em papel, a fresagem em madeira e o respetivo corte no balancé. Posteriormente, foi necessário os ajustes mais pormenorizados realizados por uma das operárias da fábrica.



**Figura 38:** Modelação da sola e respetivo corte no balancé.

Com as solas finalizadas o trabalho prosseguiu no gabinete do senhor Luís Fonseca, a fim de projectar o desenho vectorizado na sola. Mais uma vez a troca de ideias foi inevitável, pois como ele possui conhecimentos diferentes esta ligação com o design tornava-se uma mais valia para o projecto. Foi feito um novo teste em papel para verificar dimensões e alinhamentos da gravação, verificando que tudo se encontrava correcto para passarmos para a gravação a laser na sola. Esta gravação teve a duração de cerca de 10 minutos, pois a Jobel não possui tecnologia para a produção deste tipo de trabalhos, mas apenas um laser para fazer protótipos. Caso um cliente tenha esta necessidade o trabalho é subcontratado





**Figura 39:** Vectorização do desenho das solas pretendido e gravação das solas a laser

Após estes processos estarem concluídos dirigimo-nos ao gabinete da engenheira Dulce Cardoso que achou conveniente fazer a dobragem da sola, pois na sua opinião seria mais fácil para o artesão montar o modelo. Finalizámos na bancada de acabamento onde se limpou as solas e conversamos acerca dos possíveis custos em produção. A engenheira Dulce Cardoso ficou de entregar, via email, um orçamento detalhado para uma possível produção, que pode ser consultado em anexo.



**Figura 40:** Corte das capas realizado pelo senhor Odílio e limpeza final das solas pela Enfenheira Dulce Cardoso

### 4.3.2. Relacionamento com o Centro Tecnológico de Calçado de Portugal em São João da Madeira

No dia **19 de Março** foi enviado um email dirigido ao Centro Tecnológico de Calçado de Portugal (CTCP), para obter um contacto interno que fornecesse informação sobre a missão do centro. A resposta foi relatada pelo Diretor Leandro Melo que se disponibilizou para uma entrevista física, nas instalações do Centro Tecnológico de Calçado de Portugal ou via Skype. Optou-se pela uma entrevista no CTCP, com o objectivo de facilitar e promover um contacto posterior e neste sentido, a entrevista foi marcada.

No dia **27 Maio**, foi realizada nova visita ao Centro Tecnológico de Calçado de Portugal, no polo sediado em S. João da Madeira. Neste encontro ficou estabelecido o contacto com o Diretor geral do Centro, o qual se disponibilizou para nos dar uma entrevista.

A visita no CTCP, foi orientado pela Dr<sup>a</sup> Cristina Marques, responsável pelos Recursos Humanos e Técnica da Unidade de Organização e Gestão de Empresas, no qual desenvolvemos uma conversa informal sobre a história da produção de calçado. Foi de imediato esclarecido e entendido que o CTCP não detém uma bibliografia histórica sobre o tema, mas que mantém uma ligação fortíssima com o desenvolvimento tecnológico das indústrias deste setor. Este facto é consequência do número de publicações disponíveis na entrada do edifício, dirigidas, na sua maioria, para a fileira de produção e tecnologia. Foi possível a recolha de várias publicações do Centro, sempre direccionadas para a indústria e a tecnologia, inclusive um jornal mensal redigido pela APICCAPS.

No dia **4 de Setembro** Maia e no seguimento da conversa estabelecida com o Dr. Carlos Silva, foi enviado um email a Dr<sup>a</sup> Cristina Marques, com a qual existia um contacto pessoal anterior, com o intuito de perceber se haveria a possibilidade de disponibilizar umas formas para a produção do protótipo. A resposta não foi imediata, pois teria que verificar a possibilidade de pedir as formas a uma fábrica, pois o Centro não possui formas próprias. Um dia mais tarde foi agendada uma ida ao CTCP, para levantar as formas solicitadas.



No dia **19 de Setembro** houve nova deslocação ao CTCP para levantar as formas que tinham sido solicitadas. Estas foram entregues na recepção, pois a Dra. Cristina Marques encontrava-se ausente do Centro. Porém, a informação foi mal transmitida pois apenas tinha uma forma, e não o par.

No dia **20 de Setembro** foi enviado um e-mail à Dr<sup>a</sup>. Cristina Marques e à fábrica SIACO, a agradecer a forma como investiram no projecto.



**Figura 41:** Exposição temporária no Centro Tecnológico de Calçado de Portugal

### **4.3.3. Relacionamento com a Associação Portuguesa dos Industriais de Calçado, Componentes, Artigos de Pele e seus Sucedâneos, (APICCAPS) no Porto**

No dia **9 de Julho** realizou-se uma pesquisa acerca da Associação Portuguesa dos Industriais de Calçado, Componentes, Artigos de Pele e seus Sucedâneos (APICCAPS). O entendimento desta a Associação foi de fácil que acerca da missão, que acerca do conteúdo das suas publicações. Após breve pesquisa, foi realizado o primeiro contato via e-mail, no intuito de conseguir bibliografia histórica para a fundamentação da tese. A resposta foi imediata e positiva por parte do Dr. Carlos Silva, disponibilizando o seu próprio livro para consulta.

O dia **25 de Julho** assinala o dia da recepção de um e-mail que confirma a existência de um livro, sobre a história do calçado, escrito pelo historiador Jorge da Silva Ribeiro. Poderia colocar esse livro à disposição para a consulta, teria de passar presencialmente pela APICCAPS.

No dia **26 de Julho**, foi realizada uma visita às instalações da APICCAPS, no Porto, com o intuito de consultar o livro. Este encontrava-se na recepção, como tinha sido referido anteriormente, mas tinha sido afinal doado por indicação do Dr. Carlos Silva. Não foi possível o agradecimento pessoal pois este encontrava-se em reunião, no entanto o agradecimento foi realizado via e-mail.

No dia **3 de Setembro** foi realizada uma conversa informal com o Dr. Carlos Silva, através do Facebook, a fim de perceber se era possível a APICCAPS, através dos seus conhecimentos no sector, disponibilizar um conjunto de formas para a produção do protótipo. Como o Dr. Carlos Silva não possuía muitos conhecimentos acerca do assunto, aconselhou o Centro Tecnológico de Calçado de Portugal ou tentar falar com a maior produtora de formas a nível nacional: a SIACO.

#### 4.3.4. Relacionamento com a SIACO em São João da Madeira.

No dia **5 de Setembro** foi realizada de uma pesquisa na internet para ter os contactos telefónico e de e-mail com a SIACO. Foi imediatamente redigido um email, a explicar o projeto de cariz académico e de desenvolvimento, com o intuito de comprar um par de formas de salto alto, número 37. De seguida e por contacto telefónico, foi alcançada uma forma que explicava, mais detalhadamente, o projecto.

c

No dia **6 de Setembro** foi realizado o telefonema como solicitado. A resposta foi imediata, dizendo que o conjunto de formas que requeria já estavam produzidas e a aguardar uma visita a fim de as levantar.

No dia **19 de Setembro** foi realizada a visita ao SIACO, relativamente perto do Centro, para levantar umas formas. Na fábrica existia um espaço pequeno orientado única e exclusivamente para a produção de formas. O responsável recebeu e entregou o conjunto de formas com as especificações solicitadas, desejando sucesso no projeto.

No dia **20 de Setembro** foi enviado um e-mail à fábrica SIACO e à Dr<sup>a</sup>. Cristina Marques a agradecer a forma como investiram no projecto.

## 4.4. Terceira Parte: ligação com a Academia em Viana do Castelo

No **final de Janeiro** inicia-se a tese em Mestrado em Design Integrado com a orientação da Prof. Liliana Soares e do Prof. Ermanno Aparo. O primeiro encontro acontece no gabinete dos docentes no Instituto Politécnico de Viana do Castelo. Neste momento, a proposta de tese é apresentada e são enunciados os objectivos, as motivações e a metodologia.

Durante os meses de Março e de Abril são realizados alguns encontros com a orientadora, essencialmente, vocacionados para conferir o andamento da fase de pesquisa deste estudo.

No dia **25 de Abril** foi elaborado um artigo para submeter ao Primeiro Congresso Internacional de Moda e Design – CIMODE, a realizar em Novembro na Cidade de Guimarães, no âmbito da Capital Europeia da Cultura. Por se ter escolhido um *modus operandi* aberto, o objectivo era testar e legitimar a investigação até ali desenvolvida, confrontando este estudo com críticas que, posteriormente, seriam consideradas na investigação.

A **30 de Abril** o artigo foi formatado, segundo as regras do congresso e submetido na plataforma própria tendo sido sujeito a uma revisão cega. Finalmente, a recepção de um e-mail por parte da organização do CIMODE, notificava a aceitação do artigo no 1º Congresso Internacional de Moda e Design.

No dia **10 de Maio** realizou-se um encontro com a orientadora Liliana Soares, para fazer um ponto de situação acerca do andamento do trabalho. Neste encontro averiguaram-se os textos exigidos pelo CIMODE, após a aprovação. A produção do artigo deveria ser devidamente preenchida e traduzida, tal como o solicitado. Mais tarde, a organização do evento comunicou que o artigo tinha sido remetido para a categoria de poster sem, porém, fundamentar a sua decisão.

A **11 de Julho** efectuou-se novo encontro com a orientadora Liliana Soares, para entender em que ponto de situação nos encontrávamos. Definiram-se os pontos estratégicos, os tópicos de temas pertinentes no desenvolvimento do corpo de texto e estabeleceu-se a criação de um calendário para melhor gestão do tempo. Neste encontro, o modelo em papel cedido por Samuel Carvalhosa foi mostrado e avaliado pela orientadora.

O mês de Agosto foi dedicado à realização e à revisão do texto desta dissertação.

No **dia 24 de Setembro** realizou-se uma reunião com a professora Liliana Soares e com o co-orientador Ermanno Aparo, com o intuito de os colocar a par de todo o processo desenvolvido até à data. Neste encontro realizaram-se as revisões de textos e discutiram-se alguns pontos em forma de esboço. De igual modo, realizaram-se revisões quer à forma que o salto do sapato poderia ter, quer à sua viabilidade produtiva. Foi ainda disponibilizado um contacto de um artesão e ex-aluno de Design do Produto - de seu nome José Albino Amorim <sup>1</sup> - que se disponibilizaria para tentar produzir a forma pretendida em madeira com a ajuda mecânica de um torno. O contacto telefónico foi estabelecido ainda durante o encontro.

A **8 de Outubro** Viana do Castelo efectuou-se um encontro com a professora Liliana Soares para mostrar os últimos progressos, no âmbito da produção do protótipo, e as formas SIACO. Este momento serviu ainda para se discutir a revisão do texto de tese, a verificação de referências bibliográficas e para o visionamento de novos livros importantes no decorrer do corpo de tese.

No **dia 14 de Outubro**, durante a tarde, decorreu um encontro com ambos os orientadores, tendo a Professora Liliana se ocupado mais dos textos desta dissertação e o Professor Ermanno Aparo discutido alguns problemas projectuais identificados até a data. A conversa a três ajudou a ajustar as formas, as cores e os pormenores técnicos.

1 Este caso foi tratado em 4.2.3. desta investigação.



**Figura 42:** Participação no primeiro congresso internacional de moda e design- CIMODE em Guimarães

A **5 de Novembro** foi apresentado o poster no Congresso Internacional de Design e Moda, na Universidade do Minho, no polo de Guimarães.

No dia **22 de Novembro** decorreu novo um encontro com os dois orientadores, para os colocar a par da situação. Ou seja, a reposta positiva da Jobel em produzir as patas à medida, a sola com gravação a laser e a produção do salto com a forma que pretendíamos. Este novo facto tornava-se uma lufada de ar fresco para todos e um sinal de que a ideia inicial iria ser concretizada.

No decorrer da tarde houve ainda a oportunidade de assistir a uma aula de Estudos de caso, proferida por uma ex-aluna do Curso de Design do Produto, que com uma designer de moda, criou a marca X-perimental Brand. Este caso revela-se um exemplo no setor do design de sapatos e reforçava a ideia de que se deve acreditar nos nossos sonhos, porque as coisas se podem tornar reais.

No dia **23 de Janeiro** ocorreu um novo encontro com os dois orientadores com o objectivo de perceber em que ponto se encontrava o desenvolvimento do protótipo, as relações com as identidades parceiras, e a percepção de uma data para o termino do projecto.



## 5. Conclusão

Ao longo do seu desenvolvimento, esta dissertação foi sofrendo diversas alterações, fruto do método aberto proposto no desenvolvimento do tema. Esta investigação pretendia provar que a disciplina do design pode tornar-se um processo crucial para o desenvolvimento do artesanato a par com a indústria.

Para o desenvolvimento deste estudo foi necessário o contacto com diversas pessoas e empresas para que tudo fosse possível de concretizar.

Primeiramente, deu-se o contacto com os artesãos e posteriormente com a indústria. Comprovou-se que o contacto com os artesãos se tornou sempre mais fácil devido, aos momentos de proximidade que se consegue criar entre as pessoas. Nas indústrias o contacto é muito mais direto e objectivo.

José Machado, sapateiro em Vila do Conde, torna-se o primeiro contacto desta investigação com os sapatos artesanais, demonstrando-se uma pessoa muito acessível, talvez por ser um jovem artesão, e com grande conhecimento acerca do âmbito da indústria, pois o seu percurso profissional já por lá passou.

Samuel Carvalhosa, artesão de chinelas artesanais em Viana do Castelo, demonstra a sua satisfação pelo facto de novas gerações se interessarem pelo artesanato, vendo-o como um possível futuro. Ao longo de todo o processo é perceptível um elemento chave para este estudo: é das suas mãos que se materializa uma parte importante do processo desta tese.

O contacto com o Centro Tecnológico de Calçado de Portugal, em S. João da Madeira, ao longo do trabalho, demonstra a sua importância e influência na indústria. Inicialmente, é um ponto chave para entender como funciona o sector do calçado e entender a sua organização, posteriormente torna-se uma porta aberta para as indústrias parceiras do desenvolvimento do protótipo.

Ao longo do processo de investigação, a indústria de componentes Jobel sediada em Vila Nova de Gaia, torna-se de fato um elemento importante de todo o trabalho, pois sem a sua produção da sola, tal como foi pensada, a execução do protótipo era posta em causa.

Esta indústria demonstrou sempre a sua disponibilidade e abertura para novos projetos, disponibilizando inclusive vários funcionários para acompanhar o projecto. Isto apenas se tornou viável pois a fábrica encontrava-se numa época de pouca produção, permitindo a disponibilidade dos seus funcionários.

Para organizar todos estes contactos com as indústrias e os artesãos parceiros do projecto, foi necessário criar um diário que relatasse com exatidão todos os contactos que foram realizados ao longo deste ano de investigação. Ao longo deste trabalho foram várias as pessoas que, de forma direta ou indireta, ingressaram na sua realização. Para chegar aos parceiros que desenvolveram o produto foi necessário o contacto com outras indústrias que nem sempre se interessaram ou ignoraram o nosso contato. A persistência orientou o desenvolvimento deste estudo até chegar a definição dos parceiros estabelecidos nesta investigação. Todos estes altos e baixos da investigação que caracterizam o processo proposto, estão apresentados ao longo do diário, o que torna a sua compreensão mais acessível. Reforça-se que a escolha de um processo aberto significa a escolha da mudança como elemento integrante de investigação e do desenvolvimento empresarial.

A apresentação do tema no primeiro Congresso Internacional de Moda e Design (CIMODE), veio comprovar a legitimidade desta tese e a importância deste método de investigação. Uma proposta que propõe a ligação do mundo do artesanato com a indústria, utilizando o design como elemento mediador entre as duas partes. Este capítulo torna-se, de facto, encorajador para todo o volume de trabalho que representa.

Esta investigação prova que é importante que o artesanato caminhe de mãos dadas com a indústria, no sentido que promove o próprio desenvolvimento e a subsistência do primeiro e a qualidade no segundo. Esta junção tem de ser vista como uma parceria entre ambas as partes, pois o artesanato pode tornar-se uma mais valia do produto concebido, conferindo-lhe um valor acrescentado que só o artesanato aliado ao design pode conceber.

A obtenção de encontrar um produto de carácter industrial /artesanal, torna-se um factor diferenciador relativamente a os seus potenciais concorrentes, pois o consumidor final desenvolve uma nova apetência para obter um produto exclusivo. Cada vez mais, esta estratégia está a ser tomada em conta pelas grandes marcas de luxo, pois só desta forma podem distinguir o seu produto dos restantes.

Este estudo dirige-se a estudantes de design do produto, de design de moda ou de design estratégico, na medida que assume a criatividade empresarial como motor para o desenvolvimento de sistemas de produtos.

A curto prazo, a investigação pretende ser uma rampa de lançamento para o desenvolvimento de uma empresa portuguesa com uma marca diferenciadora, assumindo o gosto pelo artesanato e pela cultura Minhota como uma constante e como fator diferenciador no mercado de luxo. Os apoios financeiros existentes para as indústrias criativas em incubadoras de empresas, poderão ser o meio de financiamento mais viável na atualidade. Numa altura de conjuntura económica austera, a indústria do calçado demonstra resultados muito positivos, principalmente quando operando no mercado de exportação e quando apostando no detalhe do artesanato como elemento de qualidade. Este cenário oscilante torna-se, de facto, encorajador para quem quer investir na criação de uma empresa.

A longo prazo, o estudo é encarado como a introdução ao desenvolvimento de um doutoramento na área do design de calçado. Cada vez mais as empresas necessitam de pessoas qualificadas no âmbito em que operam. Assim com este doutoramento, pretende-se conhecimento cada vez mais especializado nesta área da moda. O qual será essencial para colocar uma empresa na linha da frente a este nível.

## 6. Referências Bibliográficas

ALEXANDER, Christopher (1977). *“A pattern language: towns, buildings, Constructions.”* Oxford, UK: Oxford University Press. (1ª edição 1968).

APARO, Ermanno; SOARES, Liliana (2012) *“Sei progetti in cerca d'autore. Seis projetos à procura de autor”*. Alinea Editrice: Firenze.

APARO, Ermanno; SOARES, Liliana (2005) *“The Role of Craftwork in Design Education”*. In proceedings of the DESIGNTRAIN CONGRESS - TRAILER I: GUIDANCE FOR / IN DESIGN TRAINING, ELIA – European League of Institutes of The Arts, Amsterdam, The Netherlands. (p. 183-192).

APARO, Ermanno (2010) *“A Cultura Ceramica no Design da Joalheria Portuguesa”*. Coleções: DECA - Teses de doutoramento. UA. Aveiro: Universidade de Aveiro. URL: <http://hdl.handle.net/10773/3688>

ALLÉRÈS, Danielle (2000). *“Luxo... estratégias marketing por Danielle Allérès”*, edições FGV.

BAUMAN, Zygmunt (2005). *“Modernità liquida.”* Bari: Laterza.

BRANCO, João (2005). *“Artesanato e Design: parcerias com futuro?”* in Mãos – revista trimestral n.º27/28, Ed. CRAT; Porto, Portugal, pp. 8-13.

BUCCI, Ampelio (2003). *“L'impresa guidata dalle idee - Lezioni di management creativo dalla moda ed al design”*, Milano Ed. Arcipelago, , Itália.

CHIAPPONI, Medardo (1999) *“Cultura sociale del prodotto.”* Milano: Campi del Sapere – Feltrinelli.

COSTA, Amadeu, *“O traje vermelho, à vianesa”*, Separata do t. X dos cadernos vianenses, Viana do Castelo 1987, pp11

CROSS, Nigel (2006) *“Designerly ways of knowing”*. London: Springer.

ECO, Umberto (1990) O signo. Lisboa: Presença. JONES, John Cristopher (1992). *“Design Methods: seeds of human futures.”* New York and Chichester: John Wiley & Sons.

LA PIETRA, Ugo (1997) *“Didattica, progettualità e cultura artigianale”* in MOROZZI, Cristina (coord.) Disegnare l’artigianato. Torino: Lindau, pp. 23 – 29.

LA PIETRA, Ugo, *“Introducciones Pierre Restant / Maurizio Vitta”* Editorial Gustavo gili, S.A. Barcelona, 1991

MALDONADO, Tomas (1999). *“Design Industrial.”* Lisboa: Edições 70

MORACE, Francesco (2011). *“Il mercato dovrà sposare l’estetica con l’etica”* [online] Available at [http://www.futureconceptlab.com/pdf/press/FCL\\_26\\_11.pdf](http://www.futureconceptlab.com/pdf/press/FCL_26_11.pdf) [Acedido em 15 de dezembro de 2011].

PEREIRA Benjamim (2009) “O Traje dito à Vianesa” in MEDEIROS, Antonio, PEREIRA Benjamim, BOTELHO João Alpuim, Uma imagem da nação - traje à Vianesa. Viana do castelo: Edição Câmara Municipal de Viana do Castelo. Pp. (115 – 217).

RANZO, Patrizia, BUONO, Mario (2002). *“Il design e il caso campano, in Maffei S., Simonelli G., I territori del design”*. Made in Italy e sistemi produttivi locali, Il sole 24 ore, Milano, pp. 195-206.

RIBEIRO, Jorge da Silva(2010) *“História do Calçado”*, Laborpress- Edições e Comunicação Social, Lda (94-117)

SOARES, Liliana; POMBO, Fátima; DONEGANI, Dante (2012) *“O designer como intérprete de cenários de equipamentos”*, Coleções: DECA - Teses de doutoramento. UA – Teses de Doutoramento. URL: <http://hdl.handle.net/10773/8998>

VASCONCELLOS, José Leite (1933) *“Etnografía Portuguesa”*. Ed. Imprensa Nacional da casa da Moeda.

ZURLO, Francesco (2003). *“La strategia del design”* in Rivista Impresa e Stato, N.º 62. Milano: Camera di Commercio di Milano, 8-10.

## **7. Publicações, Posters e/ou comunicações em que a investigação participou**

MORIM, Maria; SOARES, Liliana; APARO, Ermanno (2012) “O Design como veiculador de significados entre a cultura material do Minho e o calçado”. CIMODE 2012 - Primeiro Congresso Internacional de Moda e Design, a decorrer de 5 a 7 de Novembro de 2012. Guimarães. Portugal. Pp.(232)



## 8. Apêndices

## 8.1. Entrevista realizada a: SAMUEL CARVALHOSA

**Dia:** 15 de Novembro de 2012

**Hora:** pelas 15horas

**Local:** Rua Mateus Barbosa, onde se situa a sua loja/ateliê.

**Samuel Carvalho** nasce a 24 de Dezembro de 1973.

**Maria Morim:** Quando começou o interesse pelas chinelas?

**Samuel Carvalho:** Comecei aos 12 anos.

**MM:** Nas gerações anteriores tinha pessoas de família que dominavam a técnica?  
Se sim, quem?

**SC:** Sim, o meu pai e o meu irmão, mas era mais o pai. O meu pai começou também pequeno, tinha 8 anos e só aos 20 e tal anos é que começou a fazer chinelas.

**MM:** Com quem é que o seu pai aprendeu a fazer chinelas?

**SC:** Aprendeu com mestres do calçado, muitos deles faziam os socos, muito usados na época. Ele colava e fazia os socos. Antigamente era molhado, e depois colado, e ele fazia isso, mais tarde começou a fazer chinelas.

**MM:** Com que idade começou a desenvolver as suas primeiras chinelas?

**SC:** Comecei a desenvolver as minhas primeiras chinelas aos 12 anos e ainda hoje as tenho.

**MM:** Porque que decidiu fazer do artesanato a sua forma de vida?

**SC:** porque estava no me sangue!... e o prazer que me dá. Sempre gostei do artesanato, foi uma coisa que me fascinou. Quando andava na escola o que mais gostava era de arqueologia, que não segui, mas enveredei por uma área muito idêntica. Hoje, não posso ver uma coisa antiga, compro logo!

**MM:** Quem é que lhe produz os bordados para as chinelas?

**SC:** A minha irmã, a minha esposa e a minha mãe.

**MM:** Com quem é que elas aprenderam a fazer os bordados?

**SC:** Com a minha mãe. Ela aprendeu sozinha, viu como se fazia, apanhou umas chinelas, viu o bordado e copiou o bordado. Ela sabia bordar, pois bordava toalhas na altura e como bordava toalhas... e depois para bordar chinelas é muito idêntico. A mão de obra é diferente mas o bordado é semelhante.

**MM:** São reproduzidos desenhos de bordados já conhecidos ou tentam fazer novos desenhos, sempre com o intuito de inovar?

**SC:** Produzimos conhecidos, mas tentam inovar. Sou eu que dou as diretrizes, porque eu gosto de inventar!

**MM:** Quando surgiu a ideia de inovar a chinela tal como lhe foi ensinada?

**SC:** Foi há dois anos, quando vim para aqui. Para ampliar o leque de escolha das pessoas inventei. Agora, estou a inventar outras de cortiça e camurça.

**MM:** Qual foi o motivo para a criação de novas cores aplicadas à camurça? E, como conjuga as cores?

**SC:** Para utilizar o que é tradicional, aliado ao moderno, é preciso usar as cores. Antigamente, as cores eram pálidas. Hoje em dia, dependendo do ano e da moda, as cores mudam: há anos de cores garridas, agora vamos para os castanhos. No ano passado foram os vermelhos e este ano, são cores geridas, e eu gosto de cores geridas e de fazer contrastes, neste caso gerir o vermelho com o preto. Por exemplo, ligar a camurça vermelha com o vidrilho preto ou vice versa, é que torna a peça genuína.

**MM:** Com que idade vendou a suas primeiras chinelas?

**SC:** As minhas primeiras chinelas, talvez aos 15 anos.

**MM:** Quando surge a ideia de abrir uma loja em Viana com os seus produtos? E porque escolheu este lugar?

**SC:** Há dois anos, vai fazer dois anos em dezembro de 2010. Primeiro, porque foi a rua onde o meu pai aprendeu a arte. Outra razão, porque é uma rua caraterística, e sempre gostei da cidade de Viana, hoje não sei se não estou arrependido. Mas, de qualquer da maneira, quis vir para Viana, porque o próprio nome e artigo que é, está na própria cidade de Viana.

**MM:** É possível viver deste tipo de artesanato nos nossos dias?

**SC:** Não, hoje o que complementa esta parte é o restauro do calçado, inventar o calçado, pois o sapateiro não deveria só pôr as meias solas, as capas e colar. Hoje, o sapateiro deveria pegar numa bota, transformando-a toda se fizer falta e isso hoje, a maior parte dos sapateiros não o sabe fazer. Pegar numa bota cortar os bicos, mete-los mais curtos, por tacões novos, cortar o cano da bota... como esta que era uma bota alta, cortá-la por aqui, colocar as capas uniformes... tudo isto é trabalho que os sapateiros não querem fazer, pois não dá muito dinheiro. Eu gosto de trabalhar em pele, sempre gostei! Mas, não posso ir às fábricas de peles porque gasto o dinheiro todo.

**MM:** Quais são os seus picos de venda de chinelas ao longo do ano?

**SC:** O maior pico é o mês de Agosto, nas festas da Nossa Senhora da Agonia. No Natal não é tanto chinelas, que se vendem de 'longe a longe' e não dá para viver. É mais coisas artesanais, coisas que distinguem a minha loja, coisas que outros não têm e que eu gosto de ter. É isso que vende, pois o artesanato das chinelas não dá para viver e está com tendência para acabar. Já me passou muitas coisas pela cabeça, mas para já vamos ver.

**MM:** Faz feiras de artesanato para promover o seu produto?

**SC:** Não, já fiz uma. Fui convidado quando abriu a Expo'98, mas não tive possibilidades para lá ir. Inscrevi-me numa feira de artesanato que se faz nas festas da Agonia, mas não fui aceite, dizem que não havia espaço para todos, e então nunca mais me inscrevo. Em feiras de artesanato, quando tiver possibilidades, só vou a Madrid ou à Fil a Lisboa, de resto, à mais nenhuma.

Fui a uma feira este ano, em Maio, em Toronto no Canada, fazer as chinelas ao vivo. Quem me visitava eram, maioritariamente, as comunidades portuguesas, embora tivessem canadianos admirados, havia também muitos japoneses. Mas, o maior cliente do artesanato português é mesmo o português.

**MM:** Quando se inscreveu para a feira de artesanato das festas da nossa senhora da Agonia, qual foi a justificação que lhe deram para não poder participar?

**SC:** Não havia espaço, os que já tinham amigos lá dentro foram os que ficaram. Não entra o meu artesanato, mas entram coisas como chouriços, raízes de madeira, artesanato que nem é daqui é de outros distritos, mas pronto já têm as suas entradas e não entra mais ninguém. Depois, ainda tiveram a palescência de me enviar uma carta a agradecer pela minha participação na feira. A partir de agora nunca mais, fizeram o convite para participar na feira de mês a mês, no largo de São Domingos, e eu recuso-me, quer dizer no mês de Agosto não havia espaço, agora vou a chover vender chinelas.

**MM:** Quem compra as chinelas de Viana, que tipo de pessoa é?

**SC:** As pessoas que dão mais valor não são as pessoas daqui. Os meus melhores clientes são pessoas de fora, Porto, Braga, Lisboa, zona de Sintra, são as pessoas que vêm a Viana passar férias e levam algo como recordação. Eu também as personalizo, coloco nas caixas de madeira e tudo isso personaliza pela diferença. Agora tenho outros projetos, vamos a ver se resulta, gostava de ter um selo de Viana, que distinguisse as minhas chinelas como sendo de Viana, que são diferentes das chinelas que se fazem no Porto feitas à máquina e com preços muito mais baixos. Para isso preciso de uma parceria com a câmara, embora esteja muito desiludido com a Câmara. Se não vejo a Câmara, não vejo mais ninguém, só se for a Associação do Comércio de Viana, mas também não tem dinheiro nenhum. Eu não queria dinheiro nenhum, apenas um selo que distinguisse para ser colocado em todos os meus pares que saíssem daqui e que dissesse que foi fabricado em Viana do Castelo, para as distinguir das do Porto. Muitas destas são mal feitas, todas em plástico por baixo, tornam-se ridículas, mas as pessoas inocentes compram, pois o preço é bem mais baixo que o meu. Cada vez uso materiais melhores nas minhas chinelas, mas começo a pensar que isto não compensa. As pessoas não dão valor.

**MM:** Estes clientes do Porto, de Braga, são clientes que dão valor à tradição e à história da própria chinela?

**SC:** Eu ao personalizar a chinela deixo as pessoas admiradas: como eu consigo partir da chinela tradicional, que é dos ranchos, pegar nela e colocar uma chinela para a pessoa andarem no dia a dia! As pessoas ficam fascinadas pelas cores, eu uso de todas as cores. Em vez de as usarem nos ranchos folclóricos, as pessoas podem usá-las, por exemplo, em casa.

**MM:** Na sua opinião, o que podemos mudar na chinela tradicional, para a tornar competitiva no mercado?

**SC:** Se for para uma chinela para ter preço, neste caso, será necessário usar mecanismos para a sua montagem. Nunca pode ser uma chinela tradicional, ou manual, pois nisto todo o custo na chinela é a mão de obra! Não é em si os materiais, são caros sim senhor, mas é o pegar nestas formas, colocar as palmilhas à mão: agora vou aparar a mão, vou cortar as testeiras à mão, vou pregá-las à mão, vou meter a vira à mão, vou colar à mão, vou enfustar à mão, vou meter os tacões à mão! Enquanto que as chinelas do Porto já vêm com as solas todas feitas: a pessoa prega à máquina, mete-lhe cola deixa secar, é só colar as solas e já está tudo pronto. Enquanto que eles demoram 5 minutos, que é só colocar cola, eu tenho que demorar 2 horas! Duas horas na proporção de cinco minutos faz toda a diferença no preço final. Em vez de fazer dez pares por dia, fazia cem, em vez de vender a 20€ posso vender a 15€.

**MM:** Estamos neste momento a olhar para um mercado mais baixo, mas não podia olhar para outro lado, para um mercado mais elevado?

**SC:** Pois podemos personalizar. Ainda ontem vi isso numa reunião, pois eles agora levantaram um programa que se chama “100% alto Minho”, e que tem a sua lógica. As pessoas muitas vezes não compram, porque não vêem o processo. Uma chinela que custa 80€, por isso, verem como é feita, como é apresentada, o que ela tem de apresentação, com uma etiqueta a identificar, com um selo, uma caixa toda personalizada, assim, a pessoa compra. Eu agora, para o Natal, mandei fazer um papel de embrulho com o meu nome. Depois vou a uma artesã no Porto, que ela faz umas caixas muito engraçadas com o papel, e agora no Natal vai ser o meu embrulho. Custa dinheiro, mas as pessoas ficam fascinadas, ainda esta semana vendi umas chinelas com essa caixa e a senhora ficou fascinada, é uma oferta bonita requintada! Custa dinheiro, cada caixa custa a mim cinco euros! É caro, mas eu pego nos cinco euros e adiciono ao preço da chinela.



E as pessoas não ligam nenhum, só para a apresentação, e depois ficam com a caixa.

**MM:** Acha importante passar este conhecimento de geração em geração?

**SC:** Sim, porque as gerações anteriores começam a dar muito pouco valor ao artesanato, porque muitos artesões falsificaram as suas coisas para a produção, e hoje, em tudo é feito para a produção. Se souberem o que envolve fazer um par de chinelas, a pessoa dá o valor. Se a juventude não olha para o objeto, mas olha para o preço, não dá o valor. Se souber um pouco do trabalho, a pessoa pode olhar para o preço, mas olha para a chinela outra vez, pois sabe como é feita e o que custou para estar ali. Hoje, as pessoas não olham para a chinela mas para o preço, e acham que é caro. As pessoas não sabem o que é o artesanato. Se perguntares o que faz um artesão, as pessoas respondem, faz roupa, não sabem o que é um artesão.

Hoje, muitos artesãos dizem que são artesãos, mas não o são, porque não fazem o trabalho à mão. Eu podia pegar na minha oficina e colocar duas ou três máquinas, automatizava, vendia a outro preço, e seria um artesão? Mas eu não faço isso, não faz sentido. Podia optar pôr em plástico ou usar camurça sintética, mas não, continuo tudo na mesma, tudo em pele. Mas também te digo, se isto der uma grande volta, nunca se sabe o que a vida nos reserva, eu deixo de fazer chinelas. Se a reparação do calçado aumentasse, mais que as chinelas, eu parava com o trabalho das chinelas. Isto não dá para viver, desde de Setembro até agora, se vende-se um ou dois pares de chinelas, como a que eu ia pagar as minhas contas? Por isso eu não posso, vou fazendo reparação de calçado.

**MM:** Nos tempos que correm, com esta crise, as pessoas reparam mais o calçado?

**SC:** Toda a vida houve reparação de calçado, as pessoas agora é que tiveram um bocadinho de consciência, principalmente aquelas pessoas que tinham e tinham dinheiro, olham para a sua sapataria para casa e vêem que está cheia, e perguntam-se: “o que é que eu faço com tudo isto? Vou mandar arranjar, não preciso de gastar dinheiro.” É uma mentalidade que as pessoas começam a ter, e ainda bem por um lado, mau pelo outro, pois as sapatarias deixam de ter clientes.

**MM:** Pretende passar este saber às novas gerações como aos seus filhos por exemplo?

**SC:** O meu mais velho tem 16 anos e sabe trabalhar melhor do que eu na idade dele, mas esta juventude... Eles também se apercebem que isto não dá muito dinheiro, não dá para sobreviver e logo não se interessam. Porque se desse dinheiro havia muita a gente aí a fazer. Qualquer um pode inventar, fazer uma coisa mal feita mas faz, e o português não se apercebe disso, são tão bacocos. O português vai a uma loja e entre uma coisa chinesa que custa 3 euros e uma coisa portuguesa que custa 5 euros, prefere comprar a chinesa. É como as chinelas, eu dou muito valor aquilo que é feito manualmente, estas chinelas são feitas à máquina e estas são manuais, e então, a pessoa escolhe. Porque, para comprar uns chinelos vais aos ciganos e compras uns chinelos baratos. Mas as minhas têm que ter diferença. As próprias associações de rancho, federados e tudo gastam das chinelas do Porto e deveriam ser as primeiras a dar o exemplo, e dizer: “eu só compro o que é nosso o que é daqui, de Viana.” O próprio comerciante diz que o homem que faz estas chinelas não é de cá, para o cliente não saber onde é. Eu penso que mais cedo ou mais tarde as pessoas, já conhecendo, já vão sabendo quem eu sou o que eu faço, e as pessoas vão tendo outra mentalidade.

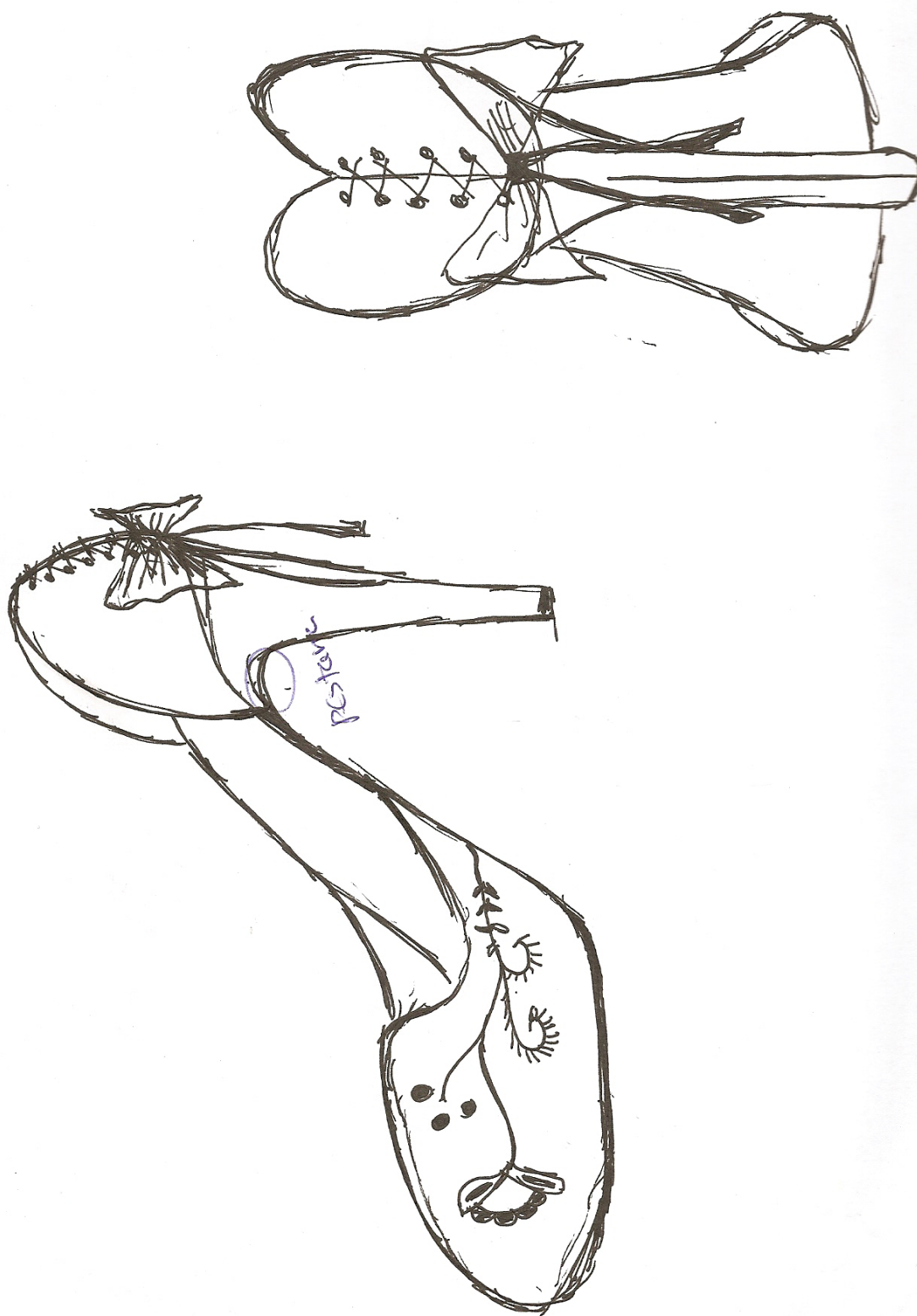
**MM:** Se puder, gostaria de fazer deste ofício o seu meio de subsistência para o resto da sua vida?

**SC:** Eu agora estou a desenvolver muita coisa, criar coisas, gosto muito de ideias, e como dou valor às coisas antigas, e gosto de fazer, gosto das origens. Se isto não piorar muito mais em princípio vou continuar, pois agora não vou aprender mais nada. Agora com 40 anos o que é que eu vou aprender agora? Não tenho ideias, como muitos têm de que são tudo, picheleiros, eletricitas, trolhas, fazem de tudo, mas não fazem nada. Eu gosto de me aprofundar numa coisa, entrei na área do calçado, com os meus 12 anos, nas chinelas, depois dei formação na área do calçado, tenho certificação de formador, já dei formação de 2 mil horas na área do calçado, e gosto do que faço. Mas, de qualquer das maneiras, vamos ver o que isto vai dar, só o tempo o dirá. Eu abri esta casa a pensar numa coisa e desde de que abri até agora, saiu completamente o oposto, o que adianta tu teres gosto e prezares o que fazes, mas as coisas não correrem como tu queres? Não adianta, não é tudo. Posso dizer que muitas pessoas dizem que a minha loja é das mais bonitas da cidade, mas o que me adianta, é muito bonito mas o bonito não me paga as contas.

**Samuel Carvalhosa**

**Maria Morim**

## 8.2. . Primeiros estudos da forma





o mera

o aligibin

→ powder

→ "stone"

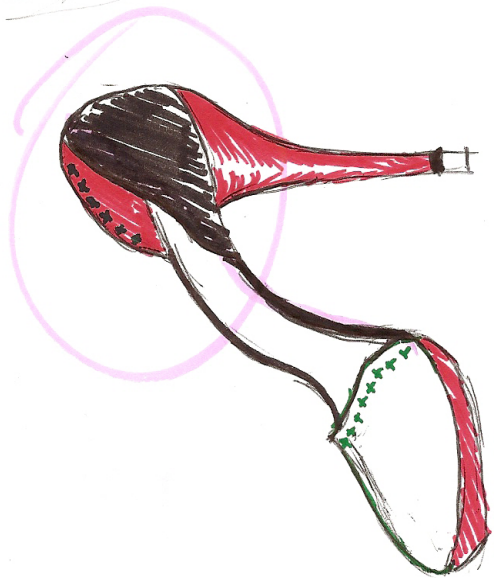
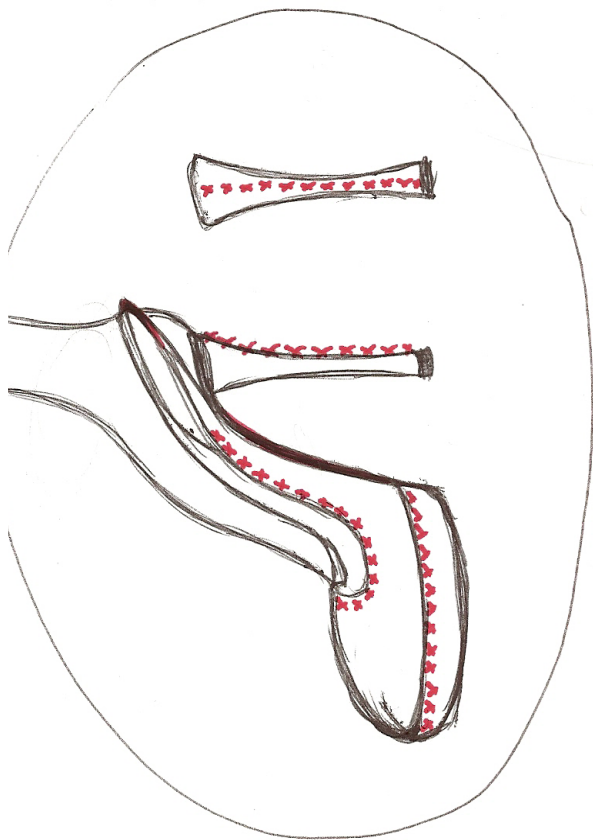
→ ni storage

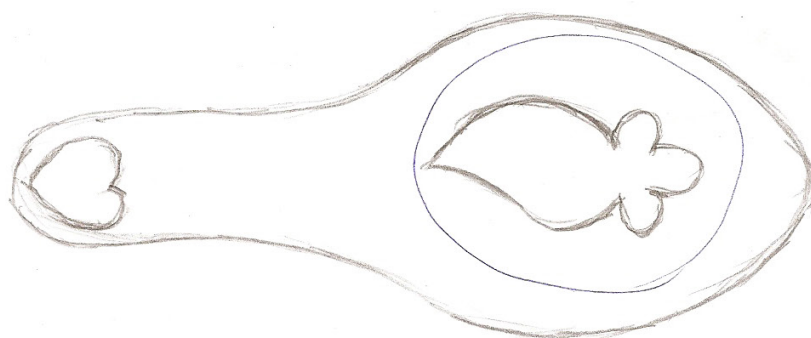
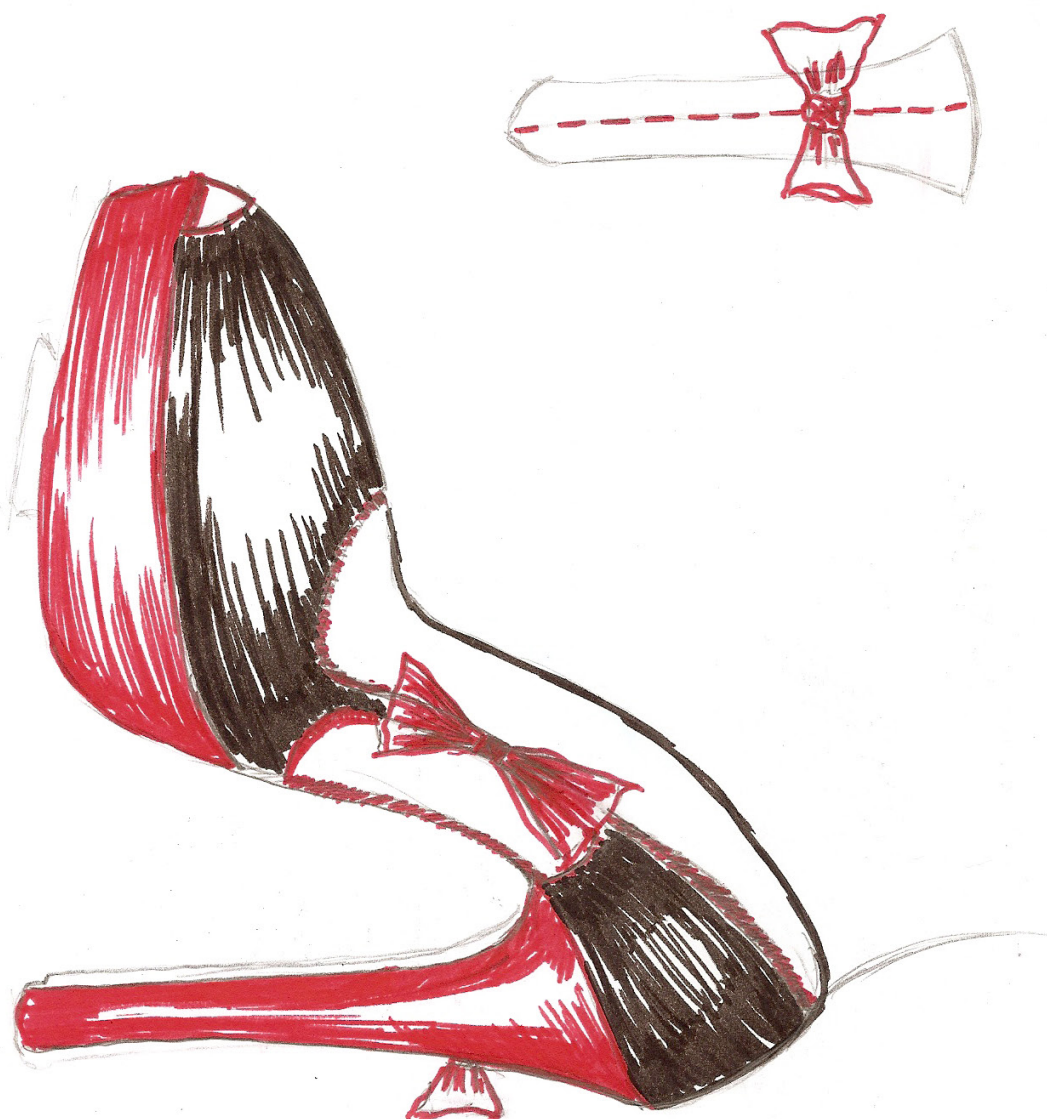
o co leti

→ cragnot

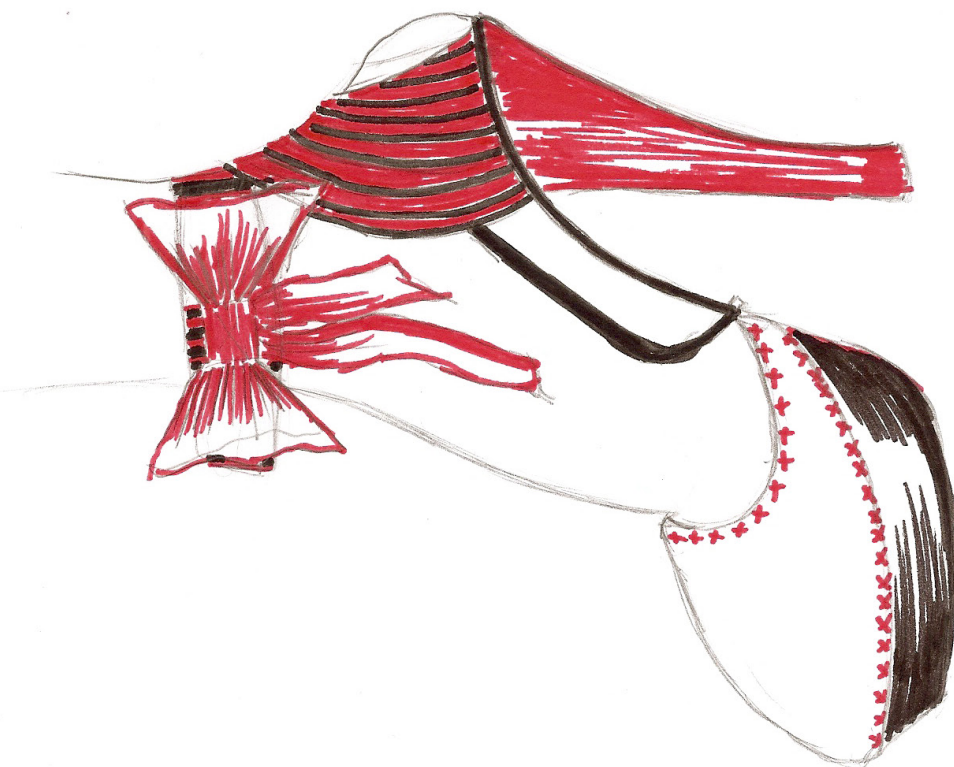
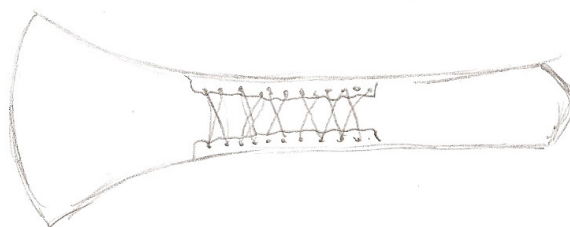
→ naitenil

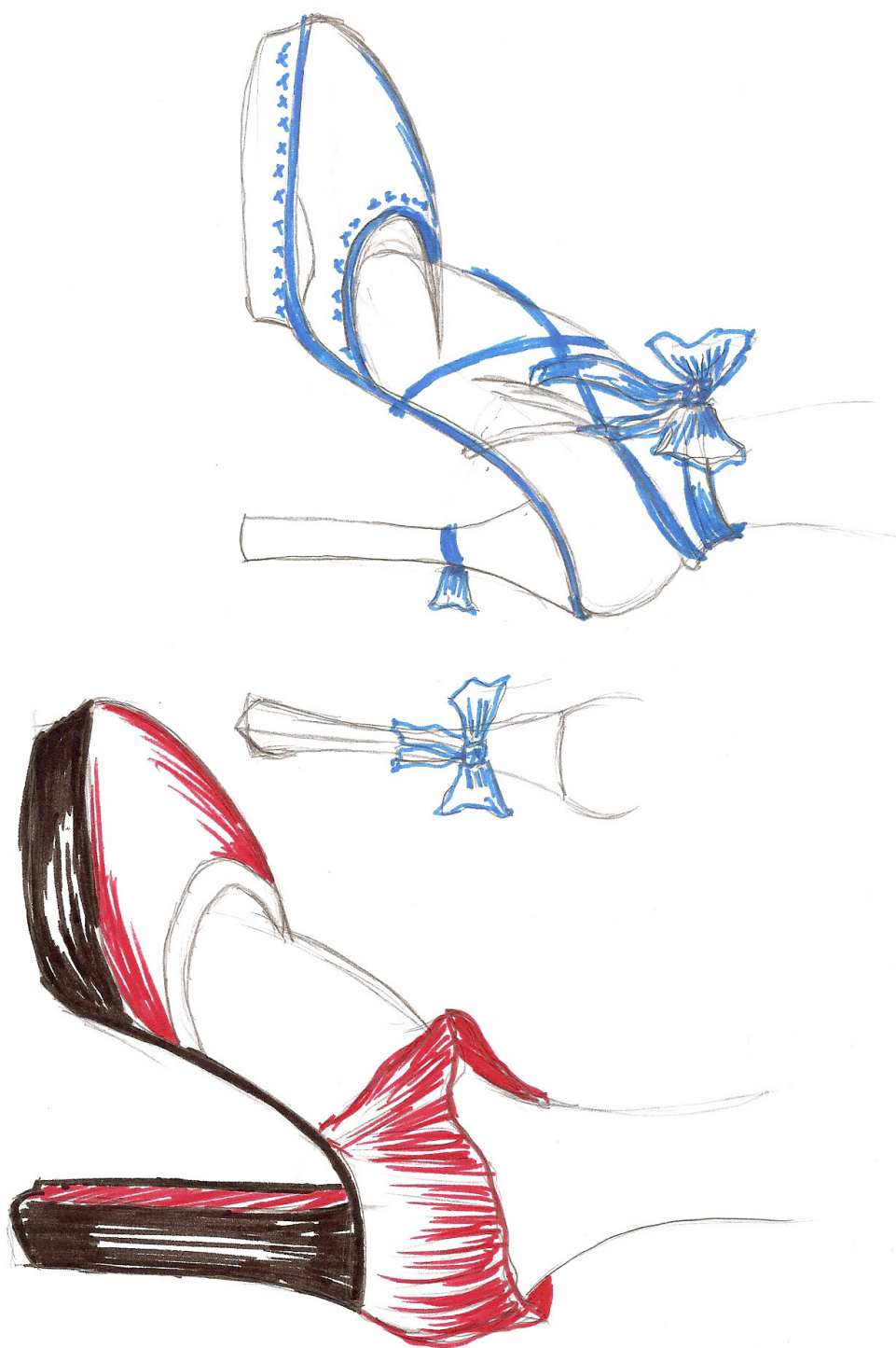
o onented

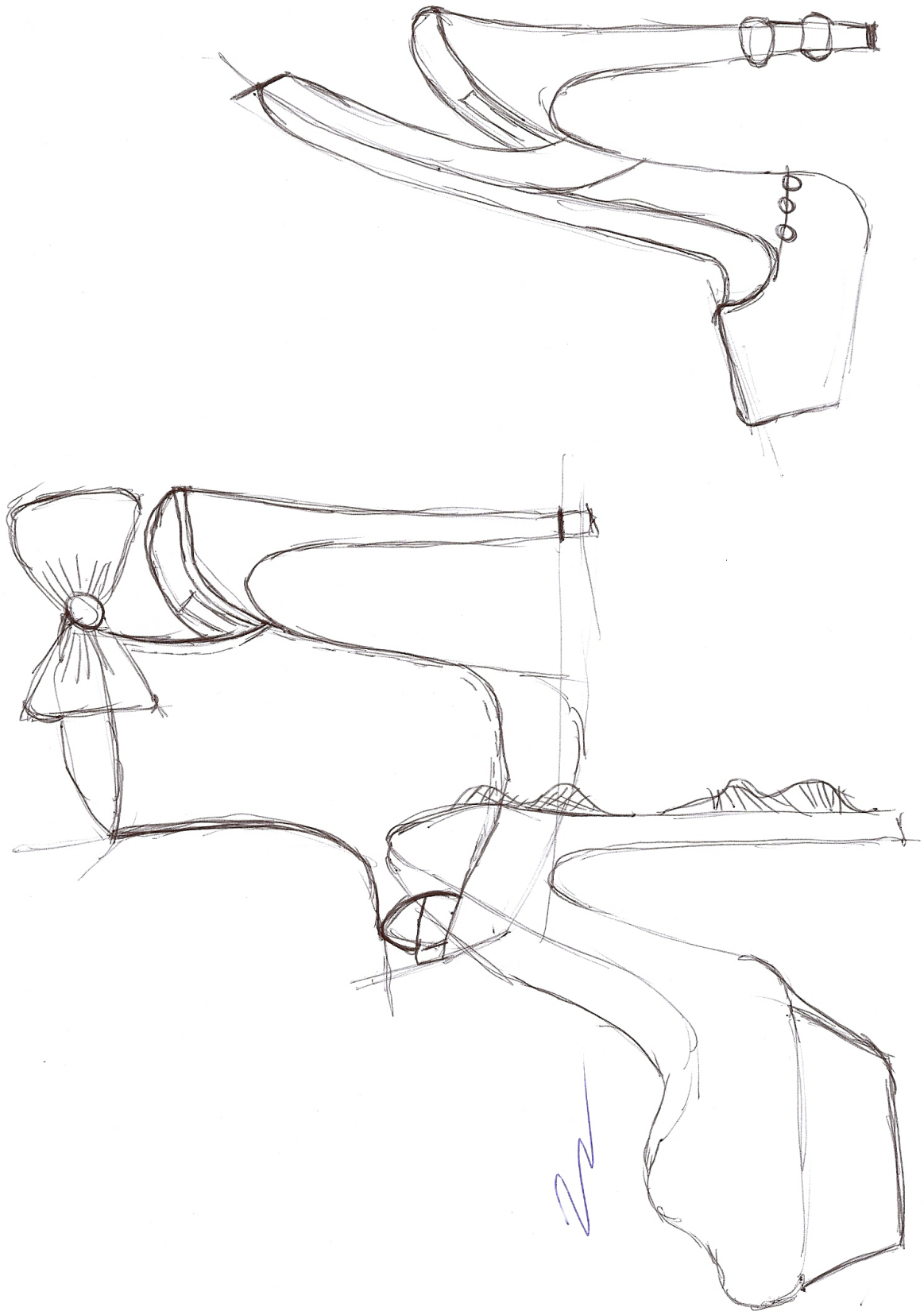






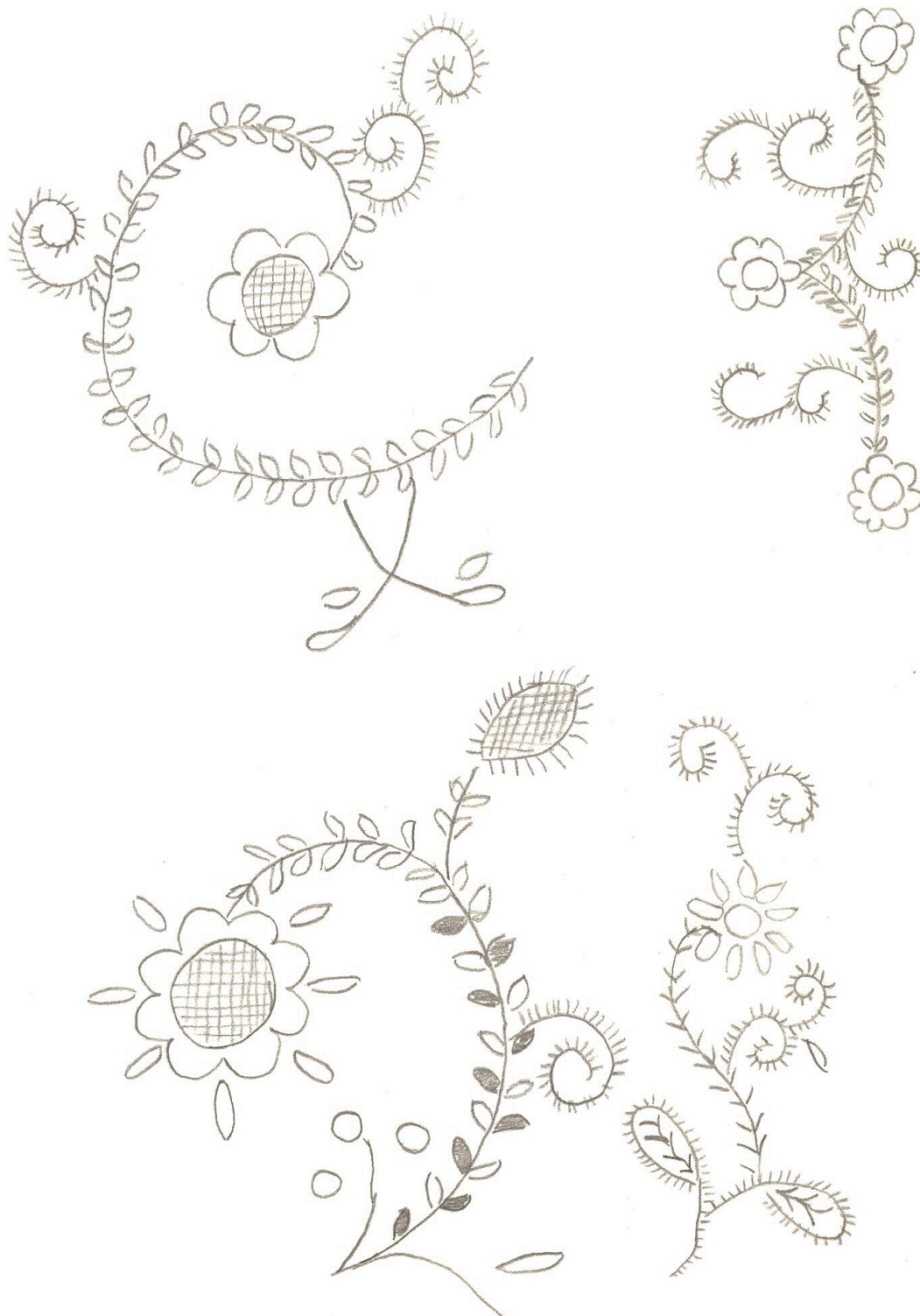




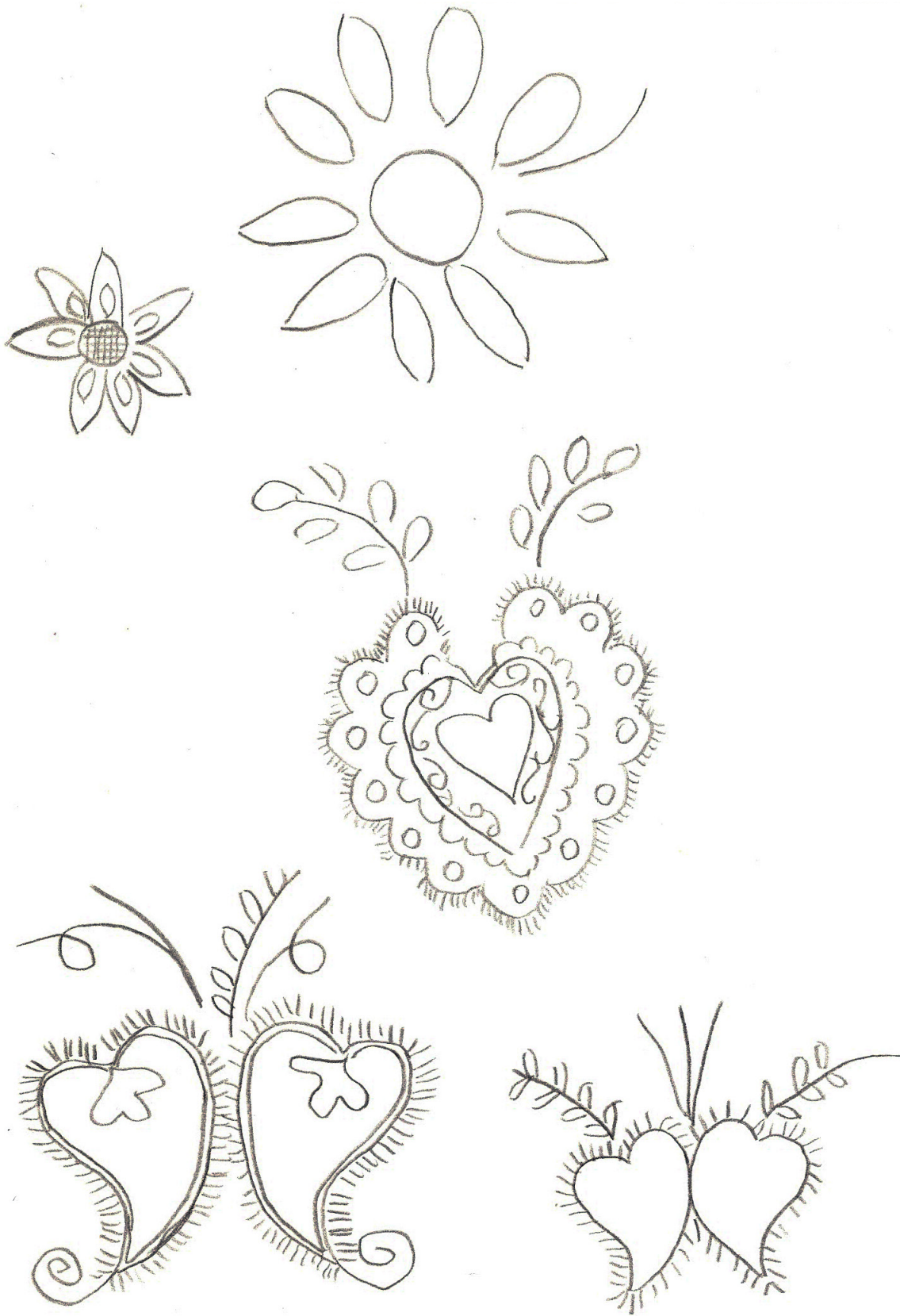


### 8.3. Estudos do Bordado



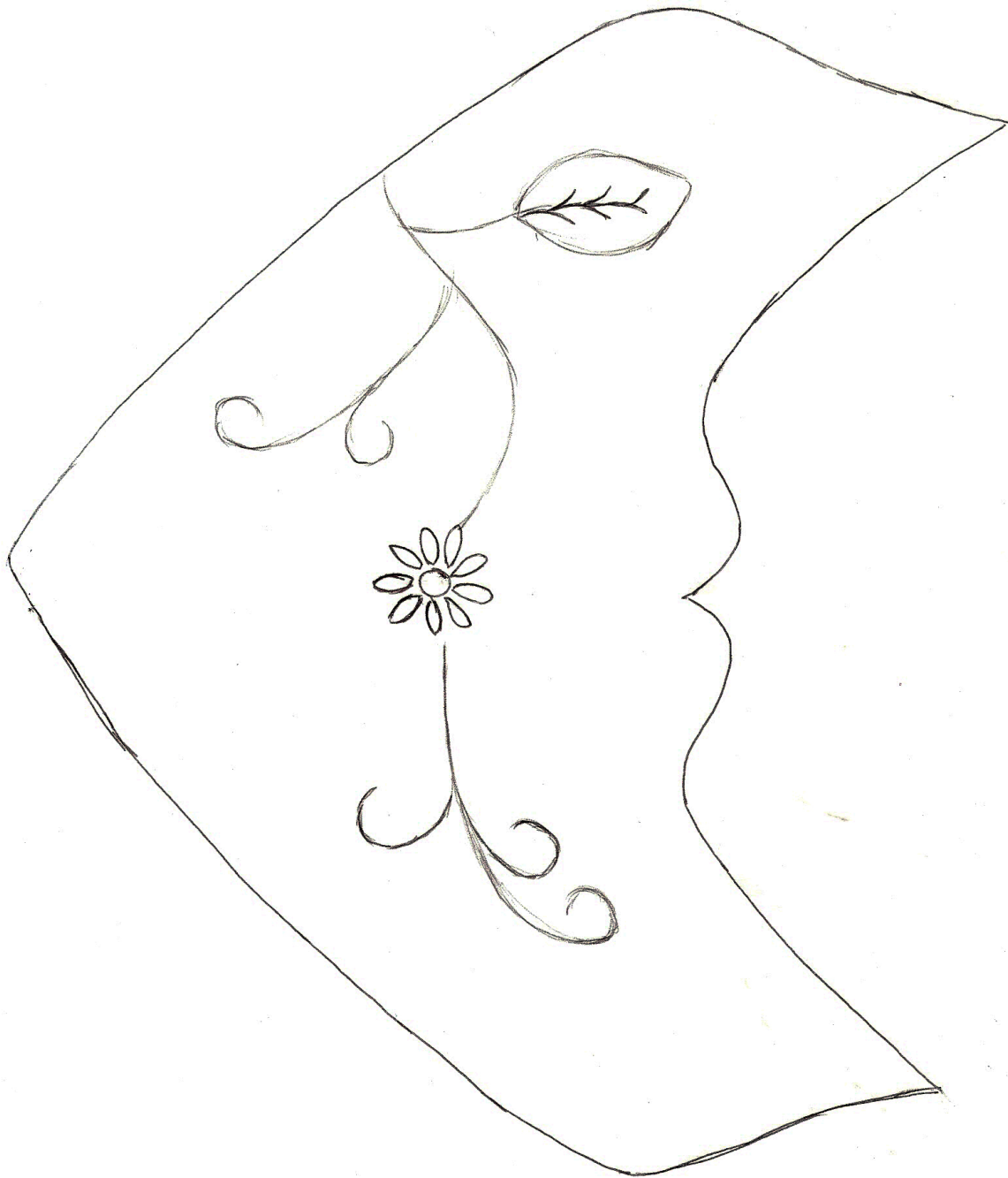


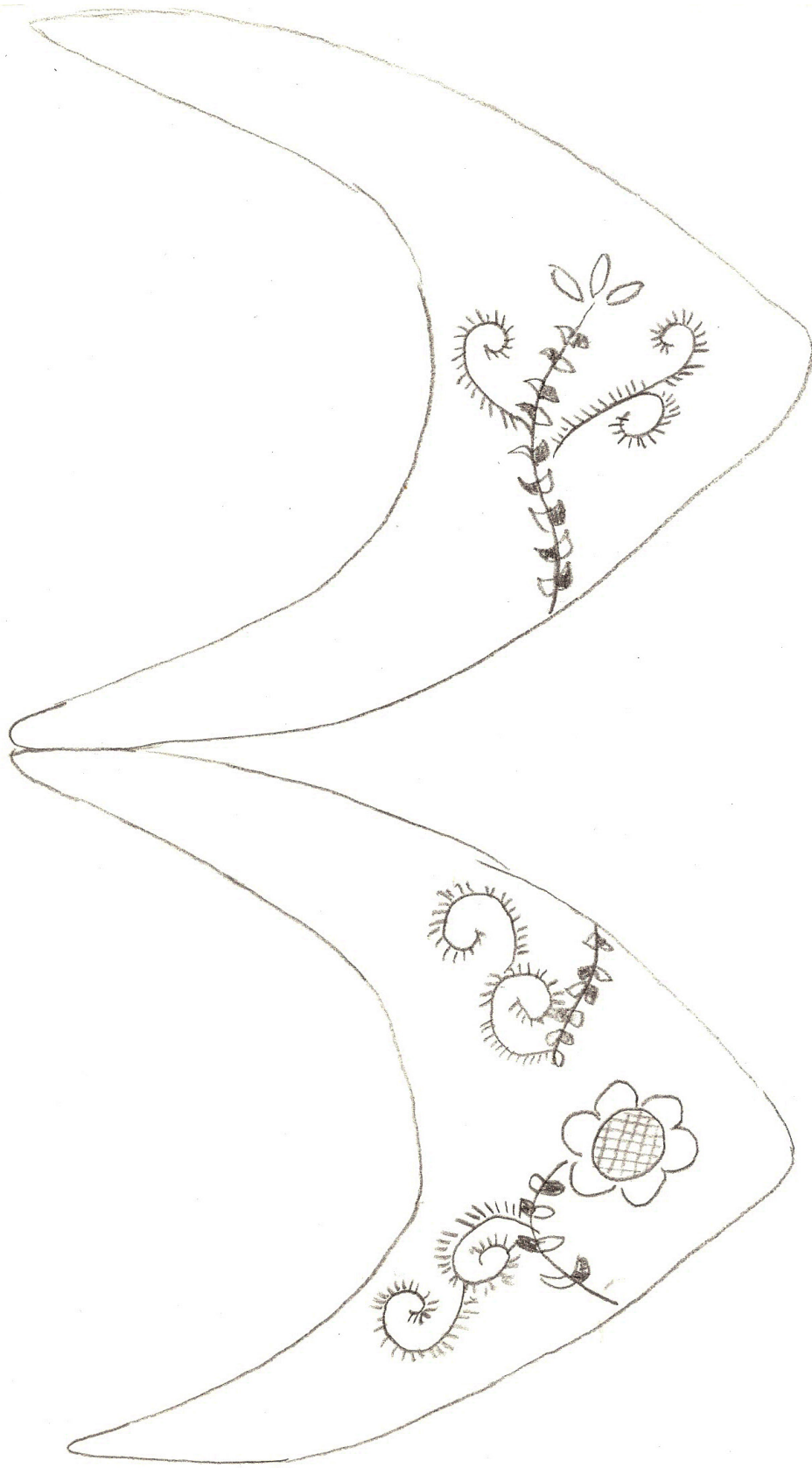










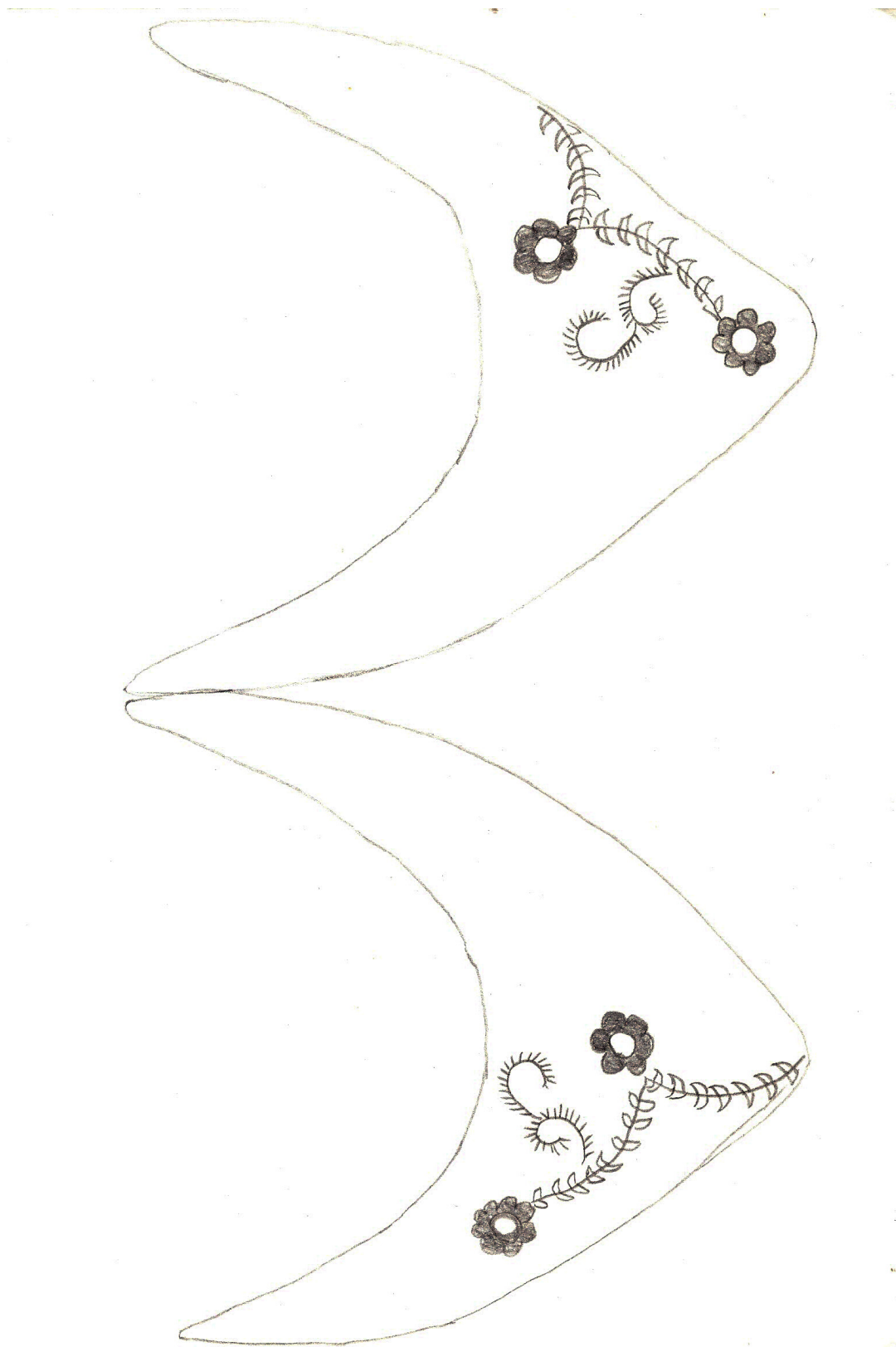








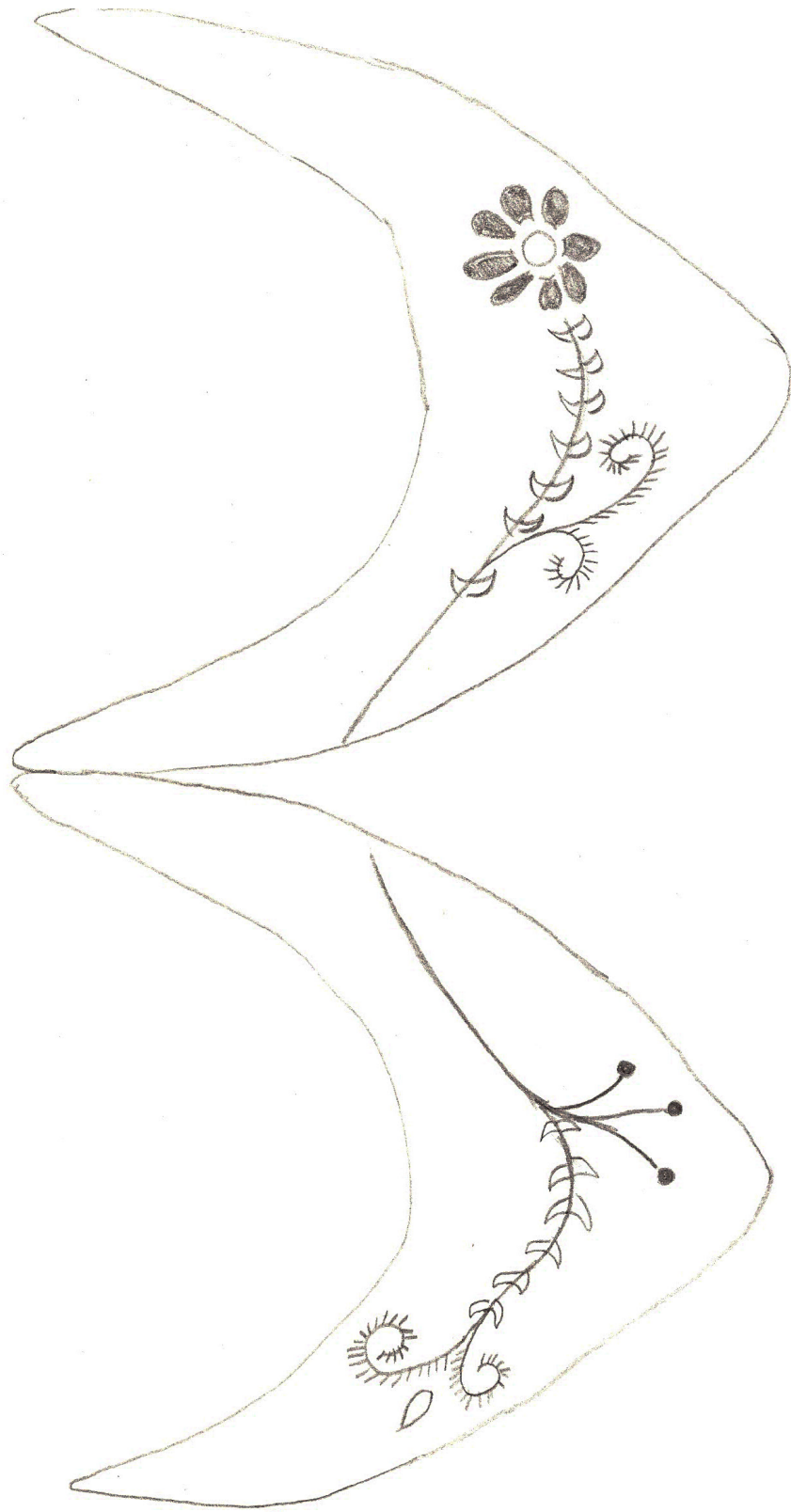






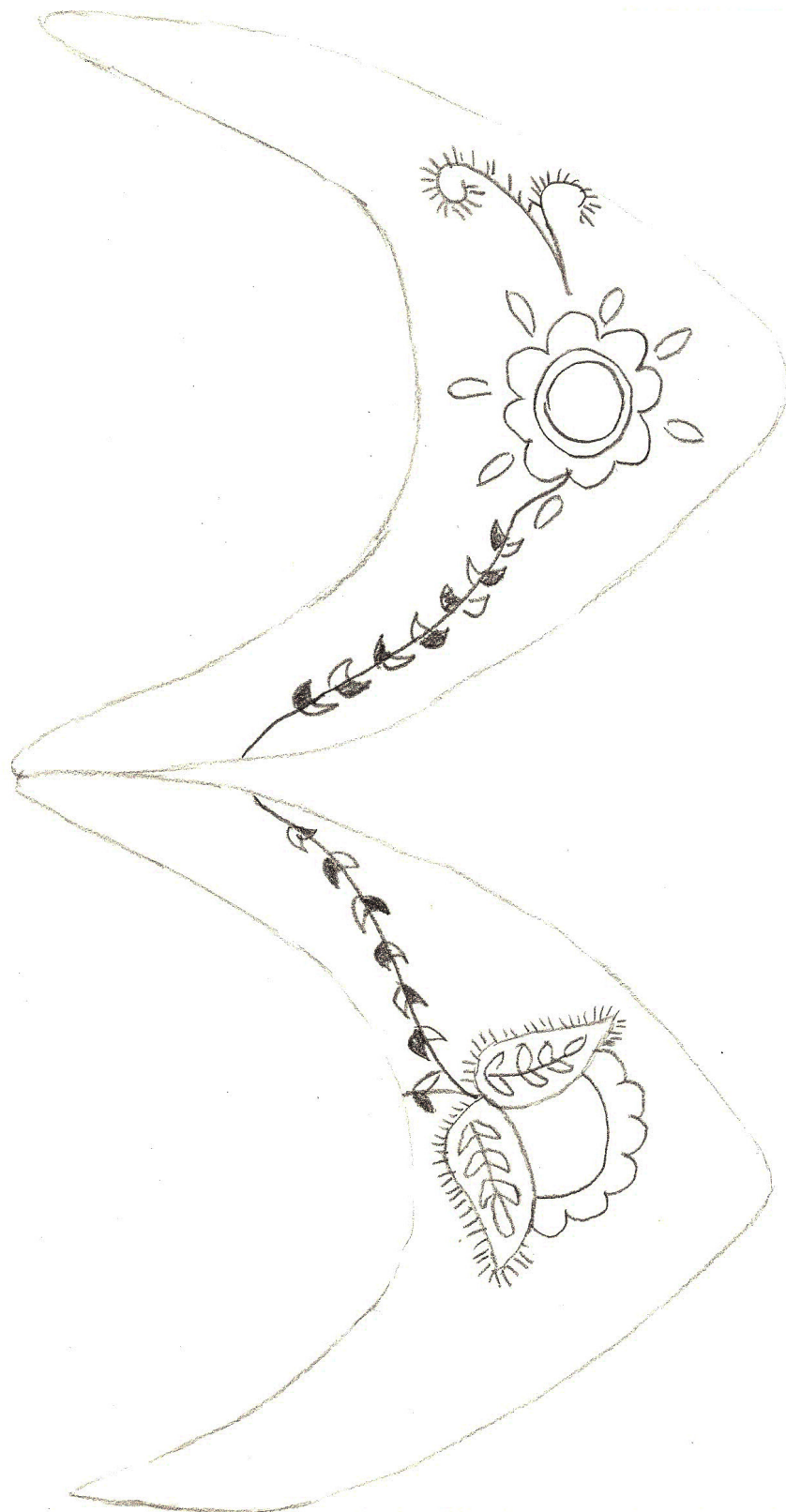


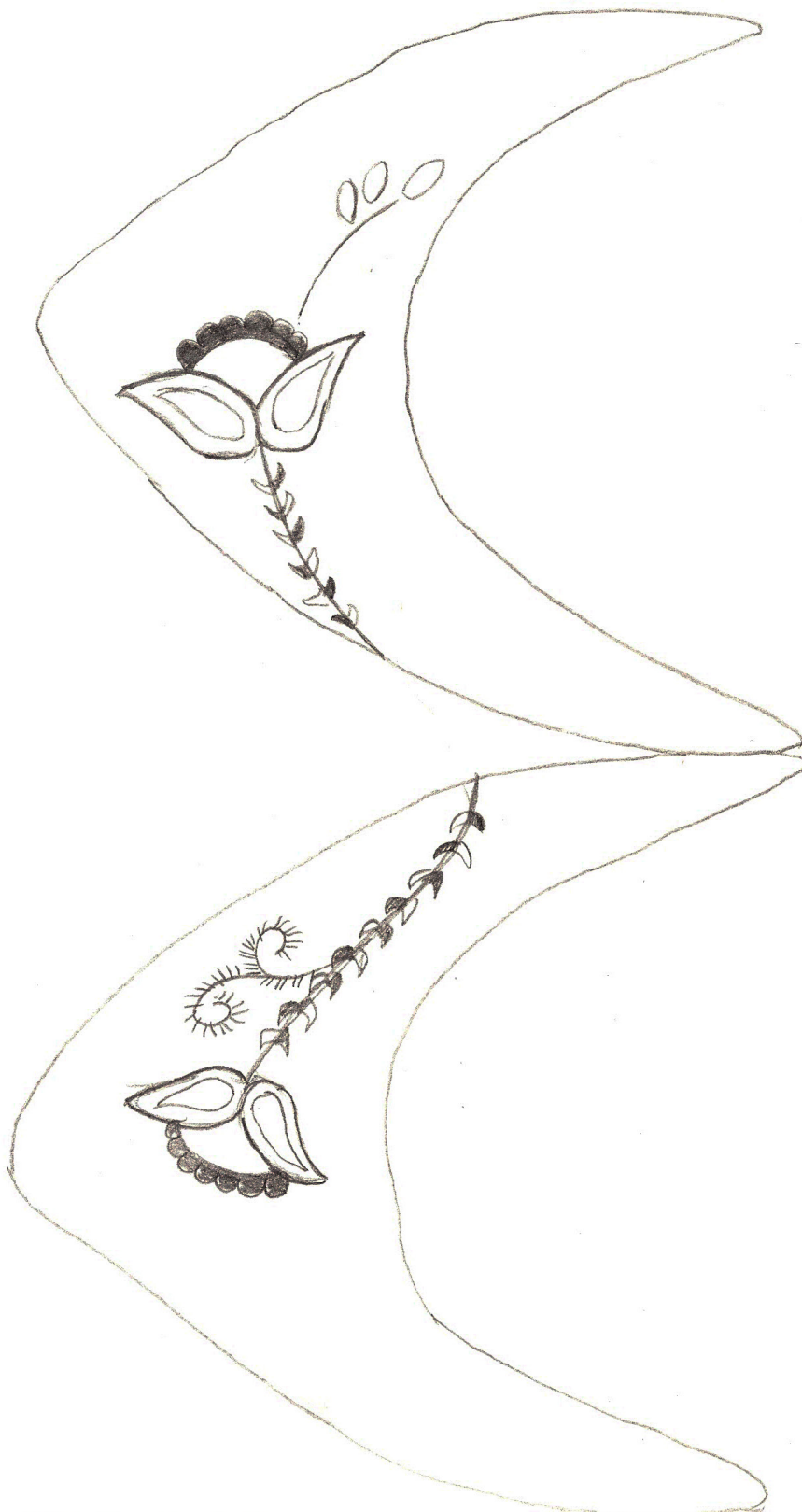






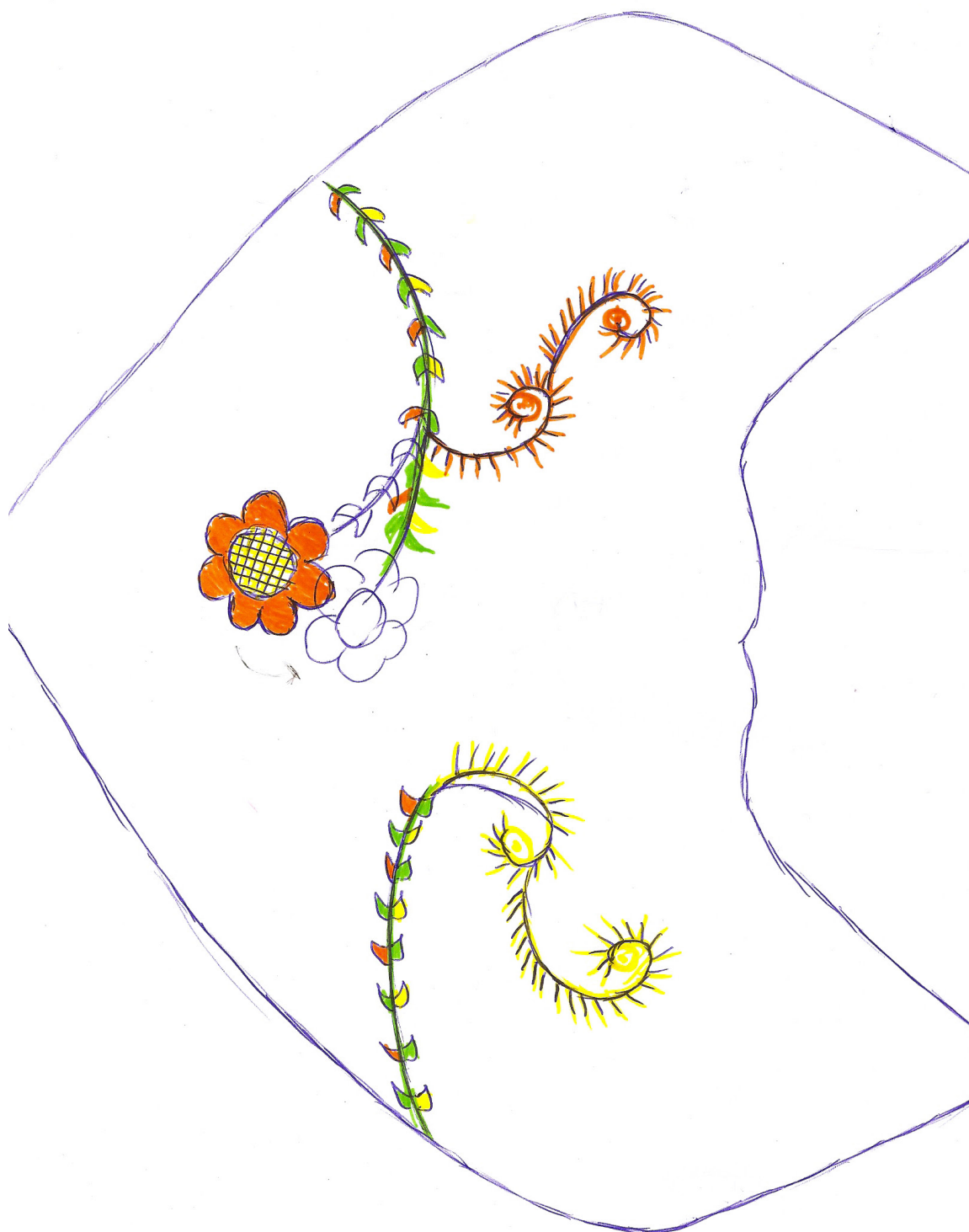


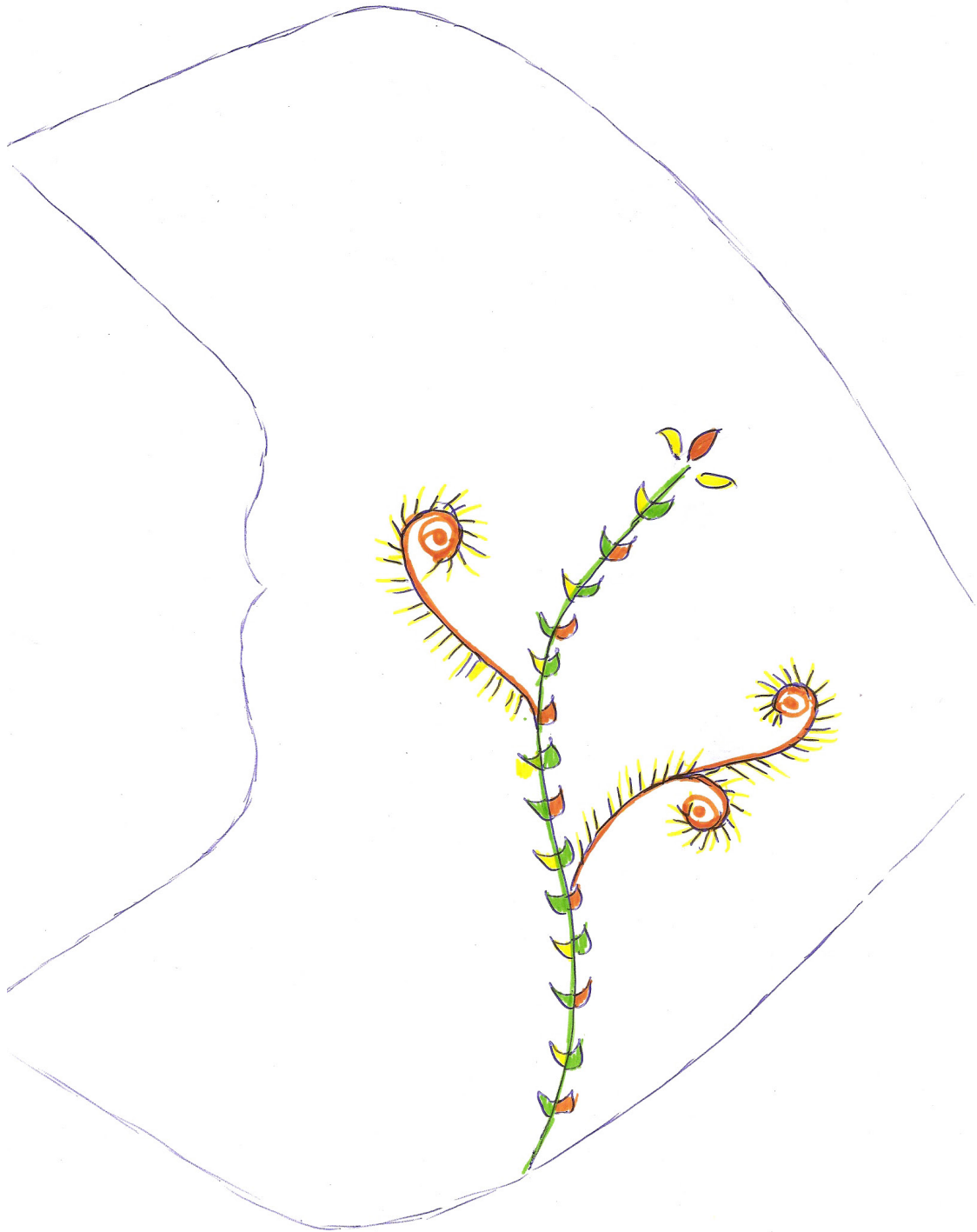






#### 8.4. Estudos de cor para os modelos finais





## 9. Anexos

### 9.1. Estudos das sola realizado pela Jobel







## 9.2. Orçamento Jobel



---

<b>De/From:</b>	Dulce Cardoso	<b>Data/Date:</b>	2013/02/01
<b>Para/To:</b>	Maria Morim	<b>ATT Exmo(a)</b>	
		<b>Srº(*):</b>	
<b>V/Fax:</b>		<b>Nº pag:</b>	1 / 1

---

**Assunto/Subject:** ORÇAMENTO

**Fax 2013.01**

Ex.º Senhora:

No seguimento do V/contacto, que desde já agradecemos, abaixo apresentamos o nosso melhor preço para o artigo mencionado.

Modelo/forma	<b>Sapato MARIAS</b>
Rasto	<b>Couro</b>
Salto	<b>Simples com capa</b>
Pata	<b>Cortiça</b>

**Preço: Sola = 4,50€ Pata = 1,45€ Salto = 0,90€**

De V/Ex.as  
Atentamente  
Dulce Cardoso

## 9.3. Orçamento Sopalmilhas



### NOTA DE FABRICO

O. do Douro, 18 de Julho de 2013

Exmo. Sr. \_\_\_\_\_

Ref. <sup>a</sup>											DISTÂNCIA PARAFUSO		
Cortantes													
Placa	Ry 175m Forçada Pate fur 2												
Talonete inferior	cent.										FACEADA NOS ENFRANQUES		
Talonete superior	cent 3												
Ala	Alm 1.16												
Moldagem	p fur.												
33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44		
BISUTADO													
SALTO													
Total Pares: _____													
Observações: _____													
_____													
_____													
Confirmação Entrega _____													
Guia Remessa N.º _____ Data _____ / _____ / _____													
Data de Entrega: _____ / _____ / _____													
V/ Req. _____													
Data _____ / _____ / _____													

#### 9.4. Palnificação do Cunho realizado pela Criatex

	
Início + Fim ×	
<p>Nome Bordado : MARIA-37 Escala : 1,00 Dimensao X : 44,3 Dimensao Y : 22,6 Origem X : 22 Origem Y : 11 Cliente : Linha : Núm.Lanejoulas : 0</p>	<p>AGULHA 1 ■ 2,5</p>

## 9.5. Orçamento Samuel Carvalhosa



**Para : Projecto Maria's**

**Assunto:** Orçamentação da produção de cada modelo das Maria's

Horas de trabalho	30 horas
Bordadeira	25€
Pele de palmilhas e Bordado	10€
Camurça	20€
Forros	10€
Fio de camurça e acessórios	7€
Entretelas	5€
Costuras	5€

Trabalho realizado com Samuel Carvalhosa e com colaboração de Maria Morim fica orçamentada em 150€.

**Samuel Carvalhosa**

**Maria Morim**